

## Mercato LeadHouse: è in arrivo il native firmato Horizon Group

Si tratta di un innovativo prodotto che offre soluzioni performance based all'interno del network di FidelityHouse

Tante novità caratterizzano il 2016 di Horizon Group che allarga ancora una volta i propri orizzonti e scende in campo con una nuova realtà: LeadHouse. Si tratta di un prodotto che offre soluzioni di native performance advertising all'interno del network firmato FidelityHouse che, dopo il lancio di Fidelity Cucina a gennaio, si è recentemente ampliato con la pubblicazione dei canali verticali Fidelity Uomo e Fidelity Donna. Attraverso

la piattaforma LeadHouse, Horizon Group intende realizzare e proporre soluzioni

native performance based di elevata qualità, al fine di creare traffico altamente



FRANCESCO FASANARO E ALESSANDRO BENINI

qualificato sui siti inserzionisti. Il design viene studiato su misura, i formati pubblicitari nativi vengono realizzati e studiati da Horizon Adv, la divisione creativa di Horizon Group: questo garantisce un'omogeneità del contenuto native all'interno dei siti del network. Francesco Fasanaro, presidente di Horizon Group, ha anche sottolineato l'importanza dei siti full size content come unica strada percorribile per dare la giusta enfasi al native advertising: "Sono fortemente convinto che l'abolizione della skin a fa-

vore del full size content sia un percorso coraggioso ma necessario che un sito debba fare". A poche ore dal lancio di LeadHouse, un grande nome ha già creduto nel progetto. Morato Pane, una delle aziende più rinomate in Italia per i suoi prodotti da forno, sta raggiungendo degli ottimi risultati con una campagna native integrata nel layout di Fidelity Cucina. Ottimi anche i risultati di FidelityHouse, la cui community ha raggiunto già i 500 mila utenti. Negli ultimi 30 giorni sono state viste 34 milioni di pagine e 8 milioni di video da ben 9 milioni di visitatori unici, per un totale di 315 milioni di impressioni deliverate (fonte Google Analytics).

## SCOPRI LE PERFORMANCE DIGITALI DEI TOP PLAYERS DEL LUSSO

nella 4° edizione della Digital Competitive Map, l'analisi realizzata da ContactLab con Exane BNP Paribas, che ogni anno rappresenta un punto di riferimento per il settore.

CUSTOMER  
EXPERIENCE

ECOMMERCE  
STRATEGY

WEBSITE  
EXPERIENCE

CROSS CHANNEL  
EXPERIENCE

SCARICA L'INFOGRAFICA >

e richiedi la tua copia personale del report