

# Allianz Direct Supera i Propri Benchmark Video Grazie al Contextual Pre-Roll di Onyx

## Overview

Grazie al suo storytelling coinvolgente e ad esperienze sempre più interattive, il digital video si è affermato come formato predominante e più influente per i brand, spinto dalla diffusa preferenza per contenuti video-first da parte delle audience online.

Integrando creatività, innovazione tecnologica e collaborazioni tattiche, Allianz Direct, azienda leader a livello mondiale nel settore assicurativo online, ha adottato un'estesa video strategy per l'open web per aumentare l'awareness sul proprio brand e i prodotti offerti (assicurazione auto, moto e casa). Gli obiettivi della campagna erano precisi: incrementare i tassi di completamento del video e il tasso di viewability per le proprie iniziative upper-funnel, in affiancamento alle consuete strategie lower-funnel.

## Soluzione

La sinergia tra creatività video, preciso targeting contestuale e tecnologia predittiva della *branding platform* Onyx ha elevato in modo significativo la strategia di awareness di Allianz Direct, consentendo al brand di raggiungere un pubblico premium nell'open web.

L'esperienza Video Pre-Roll di Onyx è stata accuratamente progettata per catturare l'attenzione del pubblico e potenziare l'impatto del brand attraverso il video storytelling e la rilevanza contestuale. La campagna video è stata distribuita in ambienti editoriali selezionati, all'interno di posizionamenti in-article premium.

L'ottimizzazione della campagna si è concentrata sulla selezione di segmenti contestuali specifici che si allineavano agli obiettivi del brand, con un focus particolare sui contenuti relativi all'automotive e alla finanza personale ai fini di garantire massima rilevanza ed engagement degli utenti.

## Risultati

Il Contextual Pre-Roll di Onyx ha raggiunto ottime performance per Allianz Direct in termini di tasso di completamento del video e viewability. Ha inoltre superato il punteggio di benchmark di attention del network, misurato in AU (Attention Units). L'ottimo click-through rate dello **0,30%** ha evidenziato l'interesse attivo degli utenti, che sono stati attratti dal contesto e spinti a esplorare ulteriormente il prodotto, generando così traffico di alta qualità verso la landing page dell'offerta.

**78%**

VCR

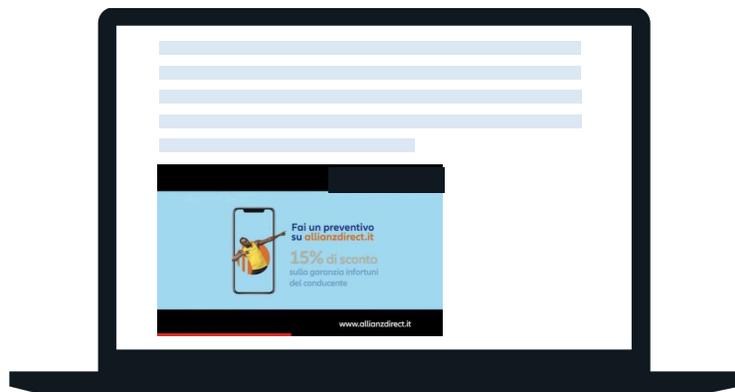
**87%**

Viewability

**+15%**

AU vs.  
benchmark video

\* Attention misurata in Attention Units (AU) da Adelaide



“L'esperienza Contextual Pre-Roll di Onyx facilita la perfetta integrazione tra video storytelling e product consideration, permettendo loro di coesistere armoniosamente. I risultati ottenuti nella fase di ottimizzazione dimostrano chiaramente che le metriche di attenzione sono uno strumento efficace per migliorare la qualità e la scalabilità delle campagne. Inoltre, il targeting contestuale è fondamentale per rafforzare la nostra strategia video complessiva.”

– Andrea Zangrandi, Brand & Advertising Media Manager, Allianz Direct