

Differenza tra copertura e impression

Copertura e impression sono due metriche utilizzate nella pubblicità e nel marketing digitale per valutare l'efficacia di una campagna pubblicitaria, ma si riferiscono a concetti diversi.

La copertura si riferisce al numero totale di persone che sono state raggiunte dalla campagna pubblicitaria. Questo numero rappresenta il pubblico potenziale che ha avuto l'opportunità di visualizzare l'annuncio. La copertura può essere espressa come un numero assoluto, ad esempio "1 milione di persone raggiunte", o come una percentuale della popolazione totale di destinazione.

Le impression, invece, sono il numero di volte che un annuncio è stato visualizzato dai consumatori. Se ad esempio un annuncio viene mostrato a una persona per tre volte, si avranno tre impression. Le impression possono essere utilizzate per calcolare la frequenza di esposizione dell'annuncio, ovvero quante volte l'annuncio è stato mostrato in media a ogni persona raggiunta.

In sintesi, la copertura misura il pubblico potenziale raggiunto dalla campagna pubblicitaria, mentre le impression misurano quante volte l'annuncio è stato effettivamente visualizzato. Entrambe le metriche sono importanti per valutare l'efficacia della campagna pubblicitaria e per capire come migliorare la strategia di marketing.