

LE PROMOZIONI DELLE VENDITE

Sono azioni di marketing finalizzate al conseguimento di precisi obiettivi di mercato, consistenti nella **temporanea offerta di un vantaggio supplementare** a un definito pubblico di destinatari in modo da **stimolarli ad assumere immediatamente un comportamento desiderato**

Caratteristiche: attrattività, incentivi di breve termine che invitano all'acquisto immediato



- TEMPORANEITÀ

- DURATA

- FREQUENZA

- PROPAGAZIONE DEGLI EFFETTI

I destinatari delle promozioni possono essere:

- consumatori
- responsabili di acquisto
- influenzatori
- distributori
- forza di vendita
- dipendenti - collaboratori

Tecniche promozionali al consumo	Obiettivi
Riduzione del prezzo (cut price)	Favorire l'acquisto d'impulso e la prova del prodotto
Buono sconto (coupon)	Prima prova; incentivi in mercati non differenziati
Buono sconto incrociato	Favorire la prova di un prodotto e l'acquisto d'impulso del prodotto "debole"
Campioni (samples)	Favorire la conoscenza del prodotto
Concorsi, lotterie, giochi a premi	Rafforzare l'immagine e la notorietà del prodotto; aumento dell'effetto display nei PDV
Regali e omaggi	Favorire l'acquisto d'impulso
Collezioni e programmi fedeltà	Fedeltà d'acquisto e d'uso
Personality promotions	Vivacizzare l'immagine attraverso personaggi famosi
Shop demonstration e/o prove gratuite	Favorire la conoscenza e la prova del prodotto

Sky TV e Netflix + Sky Cinema con Paramount+
Intrattenimento plus senza costi aggiuntivi

19,90€
al mese per 18 mesi
anziché 48€ al mese
OFFERTA SKY SMART

50€ amazon.it In più, per te un
Buono Regalo Amazon.it*
da 50€



UN'OFFERTA
che non sapevo come farla.

Xiaomi Mi 10T
€ 499,90 -20%
€ 399,90 CONSEGNA GRATUITA

unieuro

Grande Concorso a premi
VINCI UNA 500 CON ACQUATICA

In piscina o sotto l'ombrellone, ogni giorno è buono per vincere
UNA FIAT 500
4.000 CONSUMAZIONI AL BAR

PUOI PARTECIPARE
DAL 14 GIUGNO AL 21 AGOSTO 2022
acquistando ingressi giornalieri adulto, abbonamenti, ombrelloni o lettini.

Acquatica Sport e Fitness

Valore totale montepremi: €37.500 | Regolamento disponibile alla reception delle strutture partecipanti | Immagine del premio puramente illustrativa e non vincolante.

È TEMPO DI BARBECUE
METTITI IN GIOCO

Calvé EURO2024 OFFICIAL BBQ PARTNER

PUOI VINCERE 2 BIGLIETTI PER GLI EUROPEI

TICKET ET VOLO + HOTEL

COLLEZIONA FANTASTICI PREMI



LA VALUTAZIONE DELL'EFFICACIA DELLE PROMOZIONI: INDICATORI

- Le vendite incremental
- La variazione della quota di mercato
- La redemption

Sono azioni di marketing consistenti nel **creare e mantenere relazioni** con i pubblici generali o specifici, in modo da presentare una precisa **immagine dell'azienda alla collettività**, migliorandola, proteggendola e rafforzandola nel tempo.

Caratteristiche: alta credibilità, superamento delle difese

Esse includono, ad esempio, relazioni con la stampa, contributi per opere assistenziali e di pubblico interesse, sponsorizzazione e organizzazione di eventi, partecipazioni a seminari e convegni, pubblicazioni



Consiste nella **presentazione personale** di un bene o servizio effettuata durante una conversazione con uno o più acquirenti allo scopo di realizzare le vendite.

Caratteristiche: offre la possibilità di interagire e di verificare immediatamente la reazione dell'acquirente.

I venditori svolgono attività di informazione e di comunicazione al mercato; inoltre, i loro processi di comunicazione si attivano spesso, se non prevalentemente, tramite comportamenti e atteggiamenti (**comunicazione implicita**)



 **Tupperware**



Si tratta di uno strumento di marketing diretto e interattivo che comprende quelle attività indirizzate ad un **pubblico obiettivo** (target group) **chiaramente individuato** e raggiungibile mediante **“file” nominativi**.

Tali attività utilizzano uno o più mezzi di comunicazione per scambiare informazioni e ottenere un comportamento di ritorno (**una risposta precisa e misurabile**).

IL DIRECT & INTERACTIVE MARKETING: CARATTERISTICHE

- Possibilità di rivolgersi a target molto precisi e singolarmente individuati
- Interattività della comunicazione
- Multimedialità
- Misurabilità dei risultati
- Generazione di informazioni
- Personalizzazione del mktg-mix o di suoi elementi

IL DIRECT & INTERACTIVE MARKETING: MEZZI

- Direct mail (**posta**)
- Direct response advertising (**TV, radio, stampa**)
- Telemarketing (**telefono e call center**)

IL DIRECT & INTERACTIVE MARKETING: MEZZI



**Comunicazioni
Postali**



Telemarketing



Direct response

- Display advertising (**siti web**)
- E-mail marketing (**email**)
- Mobile marketing (**device mobili**)
- Search marketing (**motori di ricerca**)
- Social media marketing (**social network**)



Messaggi di Posta Elettronica

Social media Marketing (es., post sponsorizzati, pre-roll ads)



Display (es., banner)



OhBar: March Edition
This is meant to change in your favorite line and shows through our content.
We've covered the Ocean beauty tools. Fashion lines with our products. Success. Better looking and more!
No need to book a table - just dive right in! Buon appetito!
Oh, grazie!



Motori di Ricerca



Mobile Marketing



- **Product placement**
- **Guerriglia marketing**
- **Viral marketing**
- **Influencer marketing**

ESEMPI DI PRODUCT PLACEMENT



Product Placement Visuale

Product Placement Verbale

Product Placement Integrato



Stickering



Mastro Lindo



Unicef



Dreamworks Animation



Apple (body rent)



Nike (out of place artifact)



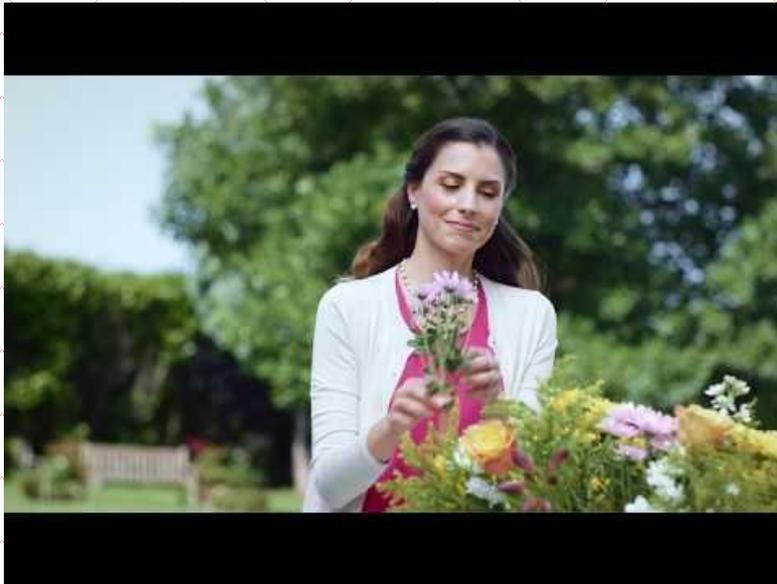
Sky



Nivea

ESEMPI DI VIRAL MARKETING

Buondi Motta



Fast Lane Volkswagen

FAST LANE
DRIVEN BY FUN

WHAT IS FAST LANE?

Fast Lane is dedicated to everyone who loves to go beyond the regular, who is curious for new stuff and who simply enjoys to speed it all up a little. FAST LANE – Driven by fun.

EXPERIENCE THE FAST LANE

THE SLIDE
Long staircase. Next to it a slide. Which way would you go?

COMING SOON: WIN A NEW POLO GTI
CLICK THE BUTTON TO STAY INFORMED

GTI

WOB P 2000

The advertisement features a dark background with a large white arrow pointing upwards. On the right, a white Volkswagen Polo GTI is shown from a front-three-quarter view. The car's license plate reads 'WOB P 2000'. The text is arranged in a clean, modern layout with red and white accents.

ESEMPI DI INFLUENCER MARKETING

Campagna Adidas #MyNeoShoot



ClioMakeUp



#RefreshWithHelloFresh



ESEMPI DI INFLUENCER MARKETING

ROSAPERROTTA__ Posts

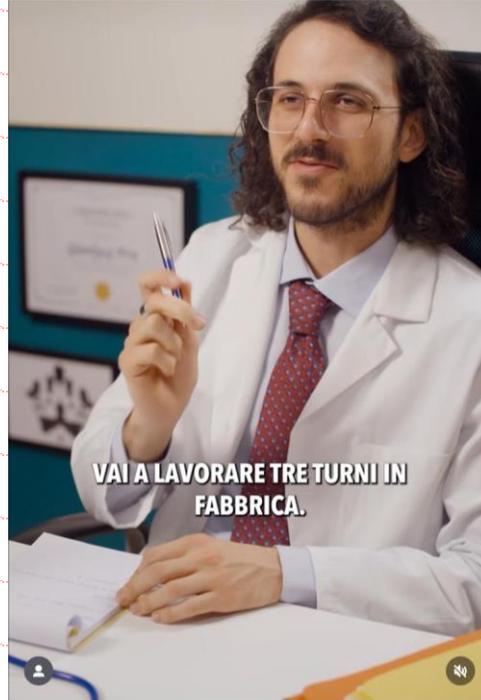


rosaperrotta__ Villa Borghese è un parco romantico e fuori dal tempo. Non stupisce che sia stato scelto come set dal regista Woody Allen per girare una scena chiave di To Rome With Love: quando i due innamorati Jack e Monica, sulle acque del laghetto, elaborano un piano che sconvolgerà letteralmente le loro vite...

Grazie @laurabiaggiotparfums per avermi portata qui in compagnia di @ignaziomoser, @adua.del.vesco @clarissamarchese e delle irresistibili fragranze ispirate alla meravigliosa capitale.

Seguitemi per scoprire di più su #CineRoma!

_THE_JACKAL Posts



VAI A LAVORARE TRE TURNI IN FABBRICA.

Liked by carmend2002 and others

_the_jackal 0 psicologi su 10 consigliano la lettura dei commenti di internet per il benessere psicologico. Ma se vuoi stare meglio puoi rivolgerti a Unobravo, il primo servizio di psicologia online in Italia con oltre 5000 professionisti. Il primo colloquio conoscitivo è gratuito. 10% di sconto valido per nuovi clienti sulle prime 3 sedute a pagamento: THEJACKAL10X3

GIULIAVALENTINA Posts

giuliavalentina Paris, France



giuliavalentina Dress code for the night: straight hair ❤️ at the Dyson Airstrait launch event in Paris, thank you @dyson_it for taking care of my hair. #adv #dysonairstraitlaunch @dysonbeauty #dysonairstrait

BRAND STORYTELLING

- Il **brand storytelling** è una tecnica di comunicazione basata sulla narrazione che permette di creare relazioni profonde e autentiche con i consumatori, coinvolgendoli e stimolandoli ad avere un ruolo attivo nella “vita sociale” del brand.
- Per raggiungere questo obiettivo, bisogna costruire una **strategia di contenuti editoriali** che raccontino una **storia e un concept** in cui il cliente si senta partecipe e coinvolto.
- Fare **brand storytelling** vuol dire trasformare in racconto i valori del brand, ossia inserirli in uno **schema narrativo**.

