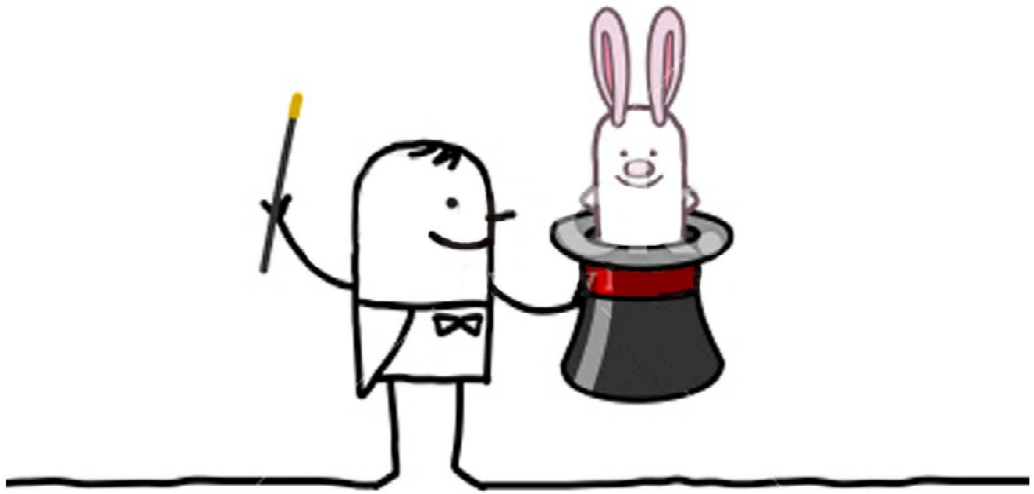
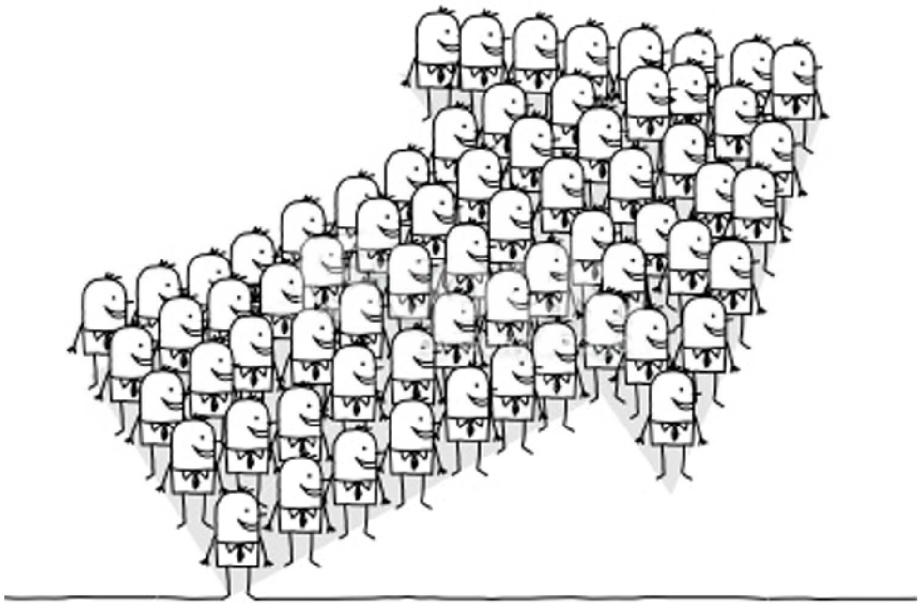
immagicgroup
CLEVER MARKETING SOLUTIONS

Campagne promozionali “door to door”

Funzionano e si vede!



Promuovere
diffondere
attrarre



Nell'attuale giuntura economica **mantenere** le **quote di mercato** e, ancor meglio, **conquistare nuovi clienti** risulta un fattore fondamentale per la sopravvivenza dell'azienda.

Introdurre poi strumenti in grado di **promuovere le vendite** e contemporaneamente far conoscere il proprio marchio **in prossimità del punto vendita** riveste senz'altro una grande importanza.

Nel nostro paese, fino ad ora, azioni di questo genere sono state intraprese dalla GDO, che attraverso attività di volantinaggio ha portato a conoscenza dei propri clienti, potenziali e reali, le offerte e le promozioni.

Le aziende di altri settori **hanno ritenuto il flyer** promozionale **uno strumento "cheap"** scartandolo come media. **Si tratta di un grave errore strategico.**

Infatti **non esiste nessun altro media** dal costo contatto così basso, **in grado di raggiungere indistintamente** e completamente **un determinato bacino** geografico d'utenza.

immagicgroup
CLEVER MARKETING SOLUTIONS

Uno spunto di riflessione

"Chi smette di fare pubblicità per risparmiare soldi è come se fermasse l'orologio per risparmiare tempo"
(Henry Ford)

Ad oggi **le aziende** operanti nel mass market **che hanno adottato il flyer door to door** come strumento di promozione **hanno visto notevoli risultati** ai loro occhi inattesi, ma ipotizzabili da parte di chi ha dimestichezza con il marketing.

Chi giudica il flyer come strumento adatto a sostenere promozioni solo per prodotti da banco (surgelati e detersivi) troverà strano che un **gruppo** come **PSA (Citroen e Peugeot)** abbia affidato al flyer la promozione dei propri veicoli commerciali. Ancor più strano che una **campagna di distribuzione Flyer** nel giugno 2013 abbia generato **più di 400 vendite di veicoli nuovi** (dati documentati e raccolti dall'azienda committente)

In effetti non esiste strumento più potente per sostenere, promuovere le vendite e generare traffico nel punto vendita.

immagicgroup
CLEVER MARKETING SOLUTIONS

Il flyer:
parla con tutti,
ma proprio tutti

Come mai il flyer funziona?

la postalizzazione: che venga distribuito "door to door" verso privati o ad operatori economici (partite IVA) **il flyer raggiunge effettivamente un determinato bacino geografico d'utenza superando i limiti dei media convenzionali.**

stampa: "parla" solo ai lettori di quel giornale/rivista per quel giorno/settimana /mese in cui il numero è in edicola.

tv: al di là dei costi di produzione dello spot e di messa in onda esso raggiunge solo gli spettatori di una determinata fascia oraria che guardano quel canale.

radio: idem come tv, con costi più contenuti ma comunque elevati

web: a parte casi di viral marketing anche questo media ha oramai listini elevati e inoltre si tratta di un media valido solo per determinai settori merceologici data anche la disomogeneità dell'alfabetizzazione informatica.

immagicgroup
CLEVER MARKETING SOLUTIONS

Le bugie dei pubblicitari

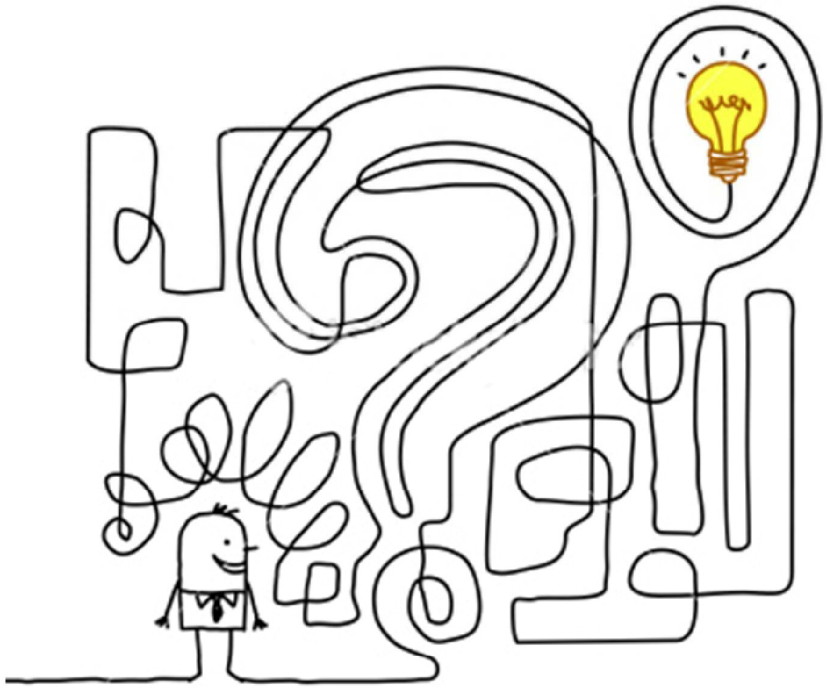
“So perfettamente che il 50% del mio budget pubblicitario è sprecato, la soluzione sarebbe capire quale...”

come è possibile determinare l’efficacia di un media e l’impatto che ha avuto una campagna sulle vendite?

i dati forniti da chi vende pubblicità fanno riferimento a **statistiche inesatte, basate sul numero di lettori/audience e non sull’incremento delle vendite**. Sistemi come auditel o audipress ipotizzano un certo numero di lettori/ascoltatori di un determinato media, ma non tengono conto di alcuni fattori di disturbo quali:

- rumore di fondo
- decadimento dell’attenzione
- capacità di ricordo del soggetto bersaglio

la soluzione? usare uno strumento che generi risultati misurabili



immagicgroup
CLEVER MARKETING SOLUTIONS

Il Flyer:
promuove
e si può misurare

Un media che in Europa è divenuto oramai un fenomeno sociale **è il flyer, ovvero una pubblicazione che promuove un prodotto ad un particolare prezzo in un certo periodo in determinati punti vendita.**
L'utilizzo di questo strumento ha generato una nuova categoria di clienti, i cosiddetti cherry peakers i quali effettuano i porpri acquisti in base alle promozioni.

Nel nostro paese esistono le condizioni affinchè tale strumento conquisti i consumatori anche in altri settori . Il flyer fonziona bene anche ne settore auto come dimostrano i dati rilevati dai nostri clienti l'importante è rispettare il marketing mix dello strumento e coinvolgere la rete nelle rilevazioni dell'efficacia.

Utilizzare il flyer per promuovere le vendite fi autoveicoli nuovi, usati o commerciali ed attrarre nuovi consumatori nel punto vendita **darà alla vostra azienda risultati economici immediati.**

immagicgroup
CLEVER MARKETING SOLUTIONS

6 cose sul Flyer

1) genera traffico nel punto vendita

2) raggiunge tutto il bacino di potenziali clienti

3) contiene al minimo il costo contatto

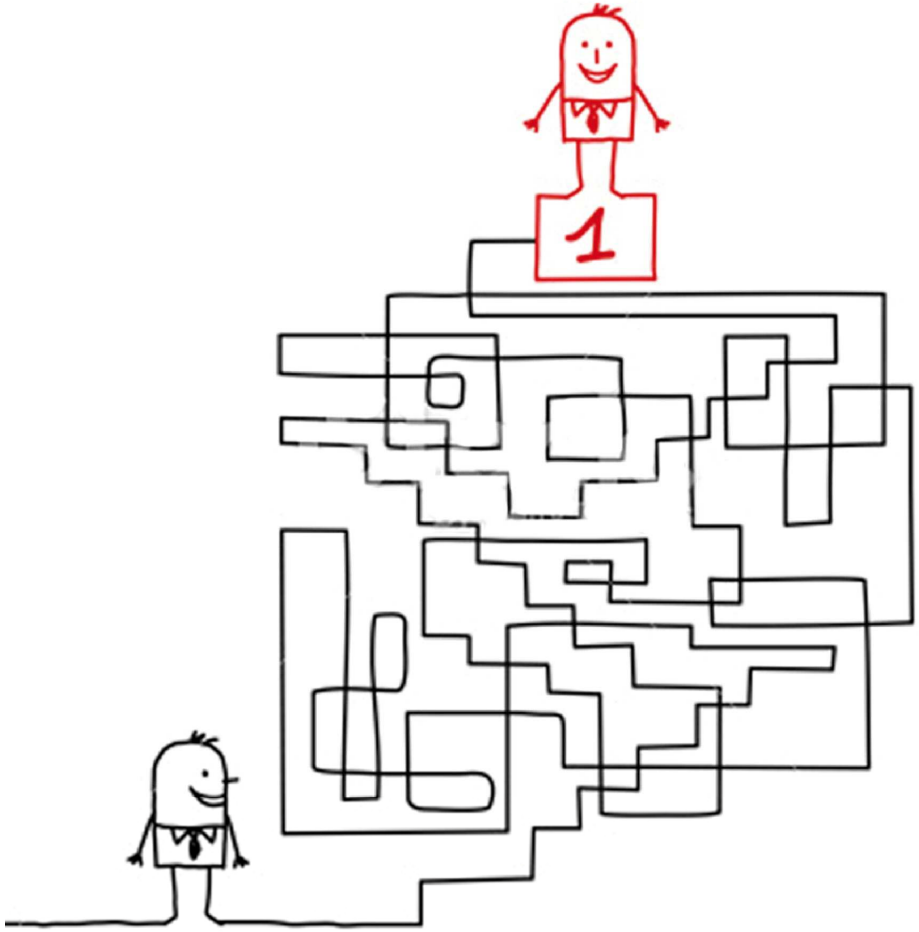
4) consente di verificare la conversione del media sulle vendite attraverso le promozioni mirate

5) stimola la propensione all'acquito

6) genera un'immagine positiva dell'azienda sull'audience

immagicgroup
CLEVER MARKETING SOLUTIONS

Immagicgroup partner strategico per il marketing



Nel 2005 la nostra azienda ha cominciato ad occuparsi di **ideare, produrre e distribuire flyer promozionali** in settori dove questo strumento non veniva applicato.

Il risultato è che oggi stampiamo e **distribuiamo più di 30 milioni di flyer all'anno** servendo marchi quali Peugeot, Citroen, Fiat, Iveco, Veneto Banca, Antonveneta ed altre importanti realtà su tutto il territorio nazionale.
Dalla realizzazione grafica all'analisi di geo-marketing, sino alla distribuzione, ci impegniamo a fondo affinchè le nostre campagne diano ai clienti i migliori risultati auspicabili.

Dal 2012, **oltre alla versione tradizionale realizziamo anche flyer digitali,** fruibili da PC, smartphone o social network, operando in collaborazione con leader del web marketing.

immagicgroup
CLEVER MARKETING SOLUTIONS

Liscio come l’olio

Immagicgroup offre un pacchetto completo alla propria clientela, di seguito gli step che determinano la realizzazione dei nostri servizi:

1) definizione degli obiettivi strategici con il cliente.

2) analisi geografica dei bacini di utenza.

3) double check con il cliente su capacità assorbimento bacini.

4) creazione del commercial mix dello strumento.

5) realizzazione format grafico e condivisione con il communication dpt del cliente.

6) stampa (verifica bozze, allestimento e smistamento ai centri logistici).

7) distribuzione (analisi wawe; monitoraggio; correzioni just in time).

immagicgroup
CLEVER MARKETING SOLUTIONS

immagicgroup
CLEVER MARKETING SOLUTIONS

contatti

Angelo Quarti
aquarti@immagicgroup.com
+39 338 315 73 74
+39 041 61 37 23

Andrea Rossi
arossi@immagicgroup.com
+39 335 665 86 67
+39 041 61 37 23