

# MARKETING LOW COST: PICCOLI BUDGET, GRANDI RISULTATI

Carminè Preziosi

**FORUM  
CLUB**



# PREMESSA

---

- Il Marketing è l'attività, insieme di istituzioni e processi per creare, comunicare, offrire e scambiare le offerte che hanno valore per i clienti, partner, e la società in generale.

(AMA Board, 2013)



**Ci occuperemo del marketing inteso come  
promozione e comunicazione**

# PREMESSA

---

---



Marketing  
low cost

# LE NECESSITA' DELLE AZIENDE

---

- Comunicare i loro prodotti e servizi.
- Rispettare i budget dei costi (cercando di contenerli) e gli obiettivi commerciali.



# IL BUDGET PUBBLICITARIO

---

Ogni azienda dovrebbe pianificare annualmente quale sarà la parte di budget da destinare alla pubblicità e alla comunicazione. Il **budget pubblicitario** è una voce che rientra nello stanziamento generale del marketing e comprende due tipi principali di spesa:

- ✓ le somme da destinare all'acquisto dello spazio e del tempo sui **mezzi pubblicitari** (stampa, televisione, radio, affissioni, Internet, eventi, ecc.)
- ✓ le somme da destinare per la **creazione dei messaggi pubblicitari**, le loro produzioni, i test e le spese amministrative connesse (agenzia, consulenti, illustrazioni, fotografie, stampa, filmati, nastri audio, pagine Web, ecc).



# IL BUDGET PUBBLICITARIO: COME SI DETERMINA?

---

---

- Percentuale fissa pubblicità/vendite



- Come la concorrenza



- Somma disponibile



- Metodo storico



- Obiettivi da raggiungere



# IL BUDGET PUBBLICITARIO: SUGGERIMENTO

---

- Stabilire una percentuale pubblicità/obiettivo di vendite tenendo in considerazione di fattori interni ed esterni all'azienda (concorrenza, finanza aziendale, ecc)
- Dal 3% al 5%
- Monitoraggio costante
- Utilizzo strumenti flessibili



# LOGICA COMUNICAZIONE LOW COST

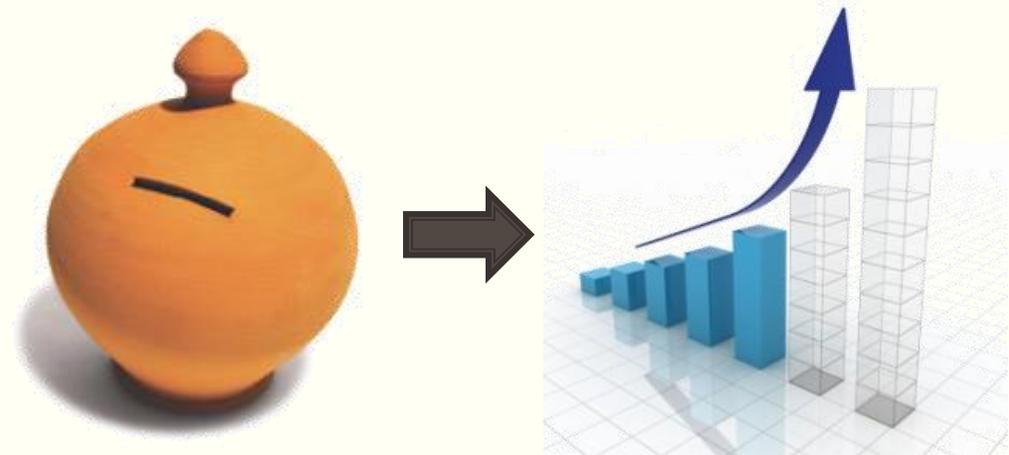
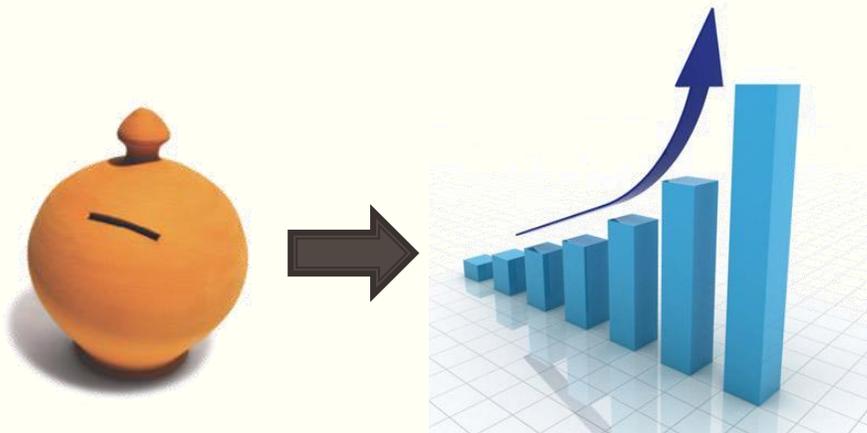
---

Una volta stabilito l'importo da investire in comunicazione  
**con il marketing low cost:**



Ottenere più risultati con lo stesso importo

- Spendere un importo inferiore per raggiungere il risultato prefissato



# I PILASTRI DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE LOW COST

---

- Obiettivi chiari e reali



- Piano di azione strutturato (comunicazione integrata)



- Costanza nelle attività e determinazione



- Creatività e fantasia



# MARKETING TRADIZIONALE vs MARKETING DIGITALE

---

- MARKETING TRADIZIONALE



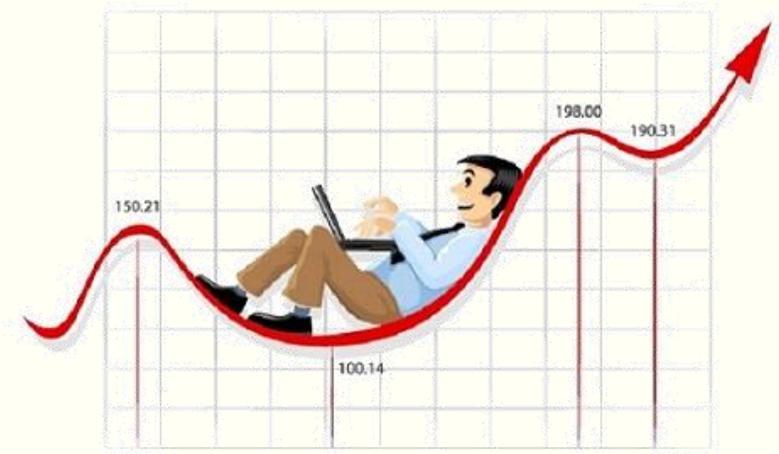
- MARKETING DIGITALE



# «Il social marketing spinge i ricavi delle imprese»

---

- Studio della Società di consulenza Co. Mark
- Gli strumenti di marketing digitale se usati correttamente possono contribuire sino a più del 30% dei ricavi
- Intervista ad Andrea Giorgi, titolare della Giorgi Engineering di Milano: per assumere spendo 150 € di inserzioni LinkedIn invece dei 6.000 € di un recruiter professionale.
- L'articolo: <http://bit.ly/articolo-sole24ore-web>



# MARKETING INNOVATIVO

---

- Gioca sull'**effetto sorpresa**
- Suscita emozioni
- Coinvolge il pubblico
- Colpisce il target quando ha le difese immunitarie basse
- Non conta la tipologia del canale di comunicazione ma **l'idea**
- «**Potrebbe**» generare viralità



# ESEMPIO Andrea Bocelli

video.repubblica.it/spettacoli-e-cultura/new-york-bocelli-live-a-sorpresa-per-i-senzatetto-a-times-square/222784/222022

NETWORK **L'Espresso** **LE INCHIESTE** LAVORO ANNUNCI ASTE Accedi

**R.it** **Rep tv**

Politica Mondo Cronaca Economia Sport Motori **Spettacoli** Tecnologia Natura Fun Salute Cucina Istituto Luce **D** Edizioni locali

SPECIALI GIUBILEO STRAORDINARIO TERRORISMO IS GOVERNO RENZI LAVORO LA CRISI IMMIGRATI ELEZIONI USA 2016 LA REPUBBLICA DELLE IDEE 2015

20 DICEMBRE 2015

### New York: Bocelli, "live" a sorpresa per i senzatetto a Times Square

Uno spettacolo improvvisato a Times Square dopo aver ascoltato le dure condizioni nelle quali sono costretti a vivere i senzatetto della città di New York. E' quanto ha fatto Andrea Bocelli, che si è esibito in un mini "live" solo con una chitarra acustica, raccogliendo in pochi minuti 500 dollari, che ha poi donato a un membro della comunità dei senzatetto, insieme ad una donazione personale

[Commenta](#)

Cerca un video

**GUARDA ANCHE** da Taboola

Croazia, altro che 'attenti al lupo': l'attacco del branco è terribilissimo

Natale in Australia: tutti in spiaggia per il caldo torrido

[f](#) 10K [t](#) [g+](#) [e](#) [Link](#) [Embed](#) Visto 52.396 volte

Spettacoli > New York: Bocelli, "live" a sorpresa per i senzatetto a Times Square

**LASCIA UN COMMENTO**

32 commenti [Iscriviti - RSS](#)

# ESEMPIO Coca Cola



Ciao  
Babbo Natale

La magia del Natale

SOPRENDI I TUOI CARI CON UN REGALO SPECIALE

1 2 3

SCRIVI QUI IL TUO NOME

E QUI IL TUO NUMERO DI TELEFONO

ACCETTO TERMINI E CONDIZIONI.

**CONTINUA**

COME FUNZIONA?



# ESEMPIO Baci Perugina

---



# ESEMPIO

---



# Strumenti e azioni della comunicazione low cost



# WEB MARKETING

---

- Il web marketing vincente è quello che ha come obiettivo principale l'offerta di contenuti interessanti agli utenti.
- Con il content marketing il processo di vendita diventa un'esperienza educativa



# PERCHE' FUNZIONA IL CONTENT MARKETING

---

- Con internet è cambiato il processo di vendita e la sola proposta commerciale scontata all'osso non è la giusta leva per convincere il potenziale cliente
- Trovare persone disposte a comprare quando si è pronti per vendere non è più una cosa semplice!
- Se siete voi, infatti, a cercare nuovi clienti, le sole persone che compreranno i vostri servizi saranno quelle che si trovano nel posto giusto, al momento giusto. Ma queste sono solo una piccola percentuale perchè ogni individuo si trova di norma in un punto diverso del processo di acquisto
- E' necessario **saper attirare le persone invece di andarle a cercare!**



# PERCHE' FUNZIONA IL CONTENT MARKETING

---

- Il processo di vendita del “servizio palestra” deve necessariamente subire un cambiamento trasformandosi in **un percorso educativo per i clienti** che va oltre il solo concetto di prezzo conveniente.
- Educare i potenziali clienti significa mettere a disposizione il proprio sapere e le proprie competenze per aiutarli a risolvere un problema



# I 5 PASSAGGI DELLA STRATEGIA DI CONTENT MARKETING

---

- 1) Definire il proprio target e sviluppare una profonda **comprensione delle loro problematiche** cercando di essere in grado di saper intercettare le loro domande.



# I 5 PASSAGGI DELLA STRATEGIA DI CONTENT MARKETING

---

2) Capire qual è il modo migliore per **risolvere i problemi espressi dal target**



# I 5 PASSAGGI DELLA STRATEGIA DI CONTENT MARKETING

---

3) Diventare una **fonte attendibile** di informazioni per il target.



# I 5 PASSAGGI DELLA STRATEGIA DI CONTENT MARKETING

---

4) Sviluppare una presenza online attraverso **la pubblicazione di contenuti interessanti**



# I 5 PASSAGGI DELLA STRATEGIA DI CONTENT MARKETING

---

5) Consentire in modo facile di **acquistare da voi** dopo aver usufruito dei vostri contenuti

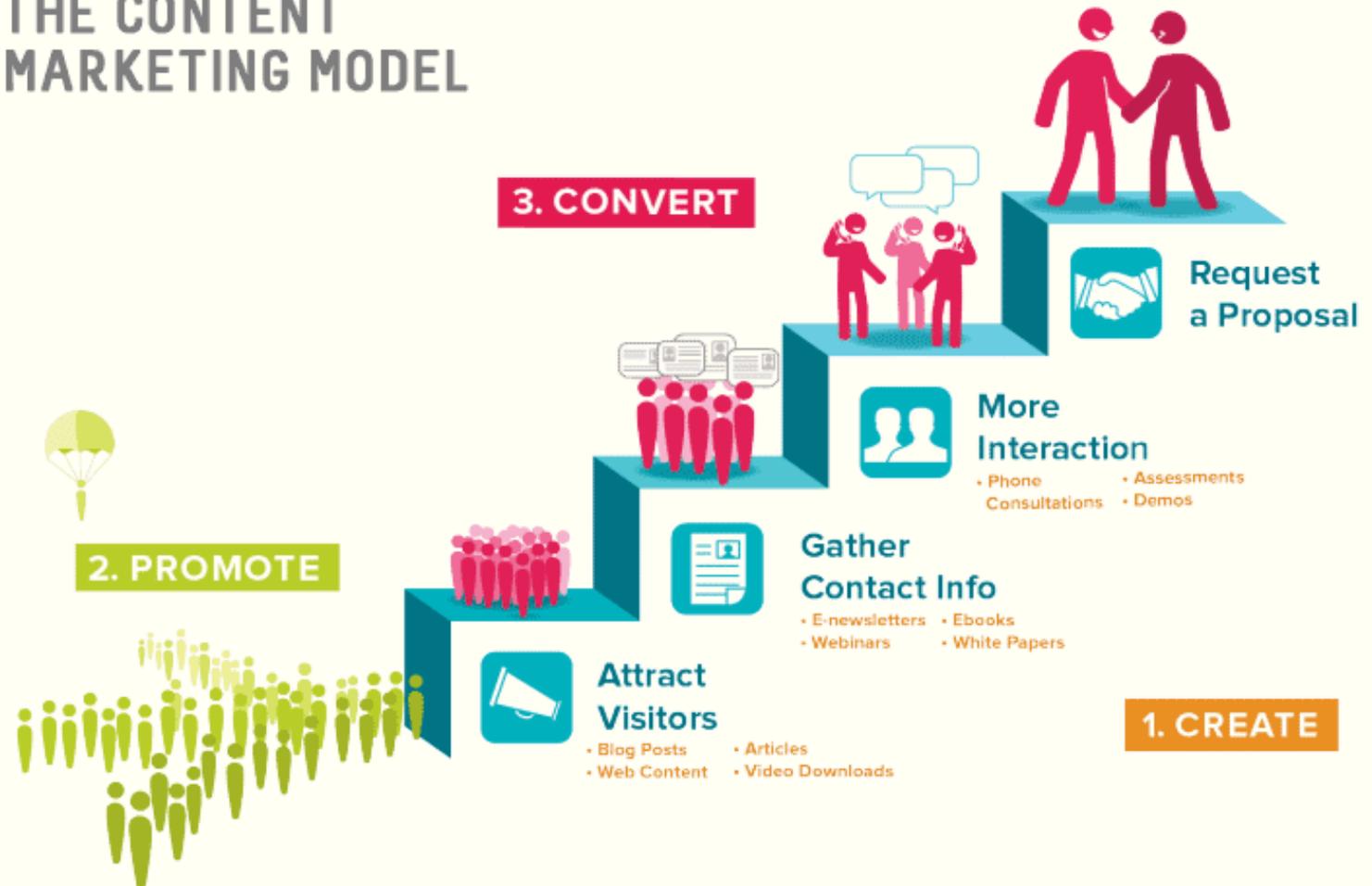


# IL MODELLO DI CONTENT MARKETING

---

- CREARE CONTENUTO
- PROMUOVERE
- CONVERTIRE

## THE CONTENT MARKETING MODEL



# ESEMPIO DI CONTENT MARKETING

← → ↻ www.olisticzone.it ☆ 📄 ☰

**o-ZONE**  
BENESSERE & MOVIMENTO

Home Beauty ▾ Fitness ▾ Relax&Spa Prenota Corsi Chi Siamo Contatti BLOG 🔍

Vuoi eliminare definitivamente i tuoi problemi di MAL DI SCHIENA?

Nell'e-book "MAL DI SCHIENA ADDIO: 5 passi per dire addio al mal di schiena" troverai solo consigli utili da mettere subito in pratica per risolvere i tuoi problemi di schiena, è gratis!



**Andrea ha creato questo e-book GRATIS per te!**

Ci sono 5 passi fondamentali che devi seguire per dimenticare definitivamente il tuo mal di schiena.  
In questo ebook ti svelo quali sono!

Metti in pratica i miei consigli e riuscirai a:

- ✓ recuperare il tuo mal di schiena al 100%
- ✓ tornare a muoverti come prima senza dover rinunciare a nulla
- ✓ migliorare la forza dei tuoi addominali e la flessibilità della tua schiena
- ✓ migliorare la tua postura durante tutte le attività quotidiane.

>> SI VOGLIO RICEVERLO

Ultime notizie dal blog

⬆

# ESEMPIO DI CONTENT MARKETING

l-allenamento-la-birra/

**O-ZONE**  
BENESSERE & MOVIMENTO

Home Beauty Fitness Relax & Spa Pre

Blog

## Il miglior integratore dopo l'allenamento? La BIRRA!



olisticzone.it

**LA BIRRA, IL MIGLIOR INTEGRATORE DOPO ALLENAMENTO!**

Scrivo questo articolo per rispondere ad una domanda CLASSICA, che mi viene fatta sempre dai clienti che seguono tramite il servizio di personal training o dopo i corsi in Small Group Training di FUNCTIONAL TRAINING: **Qual'è il miglior integratore dopo l'allenamento?**

**Lo sò, può sembrare assurdo, ma la risposta è una sola, LA BIRRA!**

Prima un piccolo retroscena:

andylanzo... · 57 sett. Segui già



inali/

**O-ZONE**  
BENESSERE & MOVIMENTO

Home Beauty Fitness Relax & Spa Pn

Blog

## I 3 migliori esercizi per allenare gli addominali (che puoi fare a casa)



**I 3 migliori esercizi per gli addominali**

Se sei arrivato/a fino a qui è sicuramente perché ti interessa migliorare l'aspetto dei tuoi addominali, in questo articolo vi parlerò di un argomento di estremo interesse: Quali sono i **3 migliori esercizi per allenare gli addominali?**

Partiamo dai concetti di base:



Anatomicamente gli addominali si dividono principalmente in tre gruppi di muscoli: il retto addominale – il six pack per intenderci o tartaruga, **gli obliqui**

# LA DIFFUSIONE DEI CONTENUTI

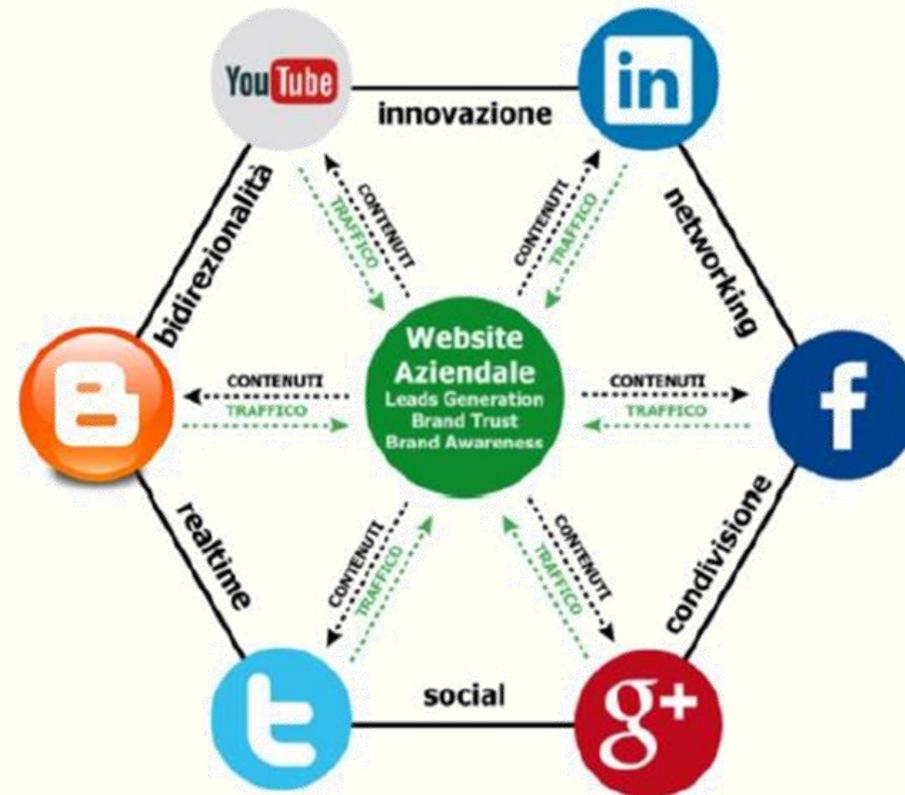
---

## DIFFUSIONE DIRETTA

- Social Network
- E-mail Marketing
- Mobile Marketing

## DIFFUSIONE INDIRETTA

- SEO/SEM



# LA DIFFUSIONE DEI CONTENUTI: i social network

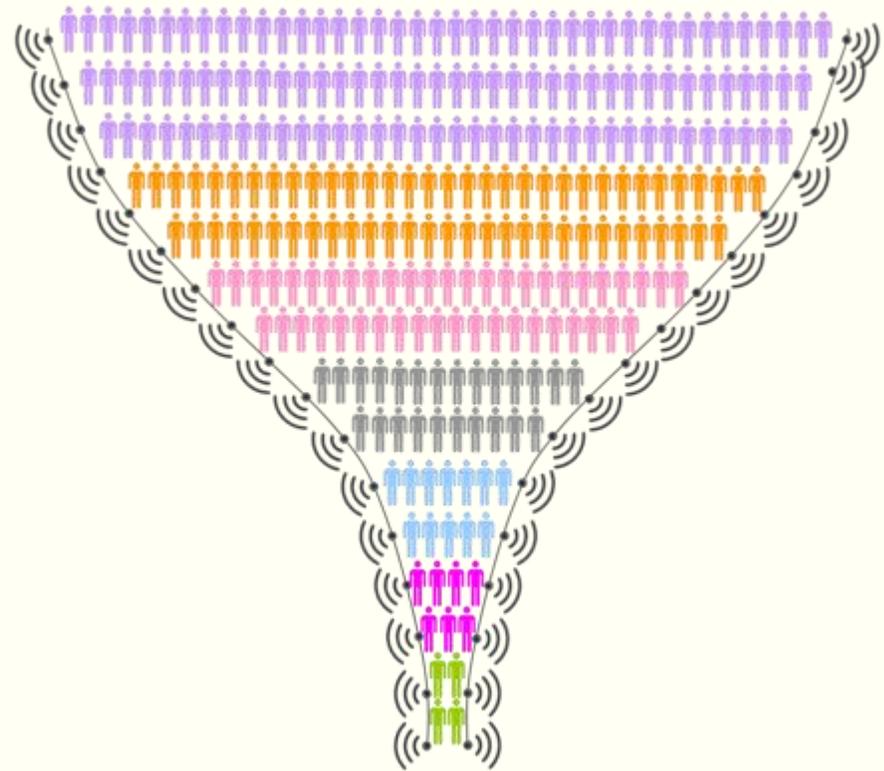
---

facebook

You Tube



Instagram



# LA DIFFUSIONE DEI CONTENUTI: Facebook

---

- Il più grande database al mondo con oltre 1,5 miliardo di iscritti
- Possibilità di dialogo con gli utenti
- Possibilità di fare pubblicità a costi contenuti
- Possibilità di **definire il target in modo molto dettagliato**



# Le novità di Facebook: PLACE TIPS



**Show your customers more when they visit your business**  
Place Tips help you welcome customers and show them useful info such as popular menu items, friend photos and more when they use Facebook at your business.

[Set Up Place Tips](#)

## Suggerimenti sui luoghi

Place Tips show your customers information relevant to their visit, whenever they use Facebook at your business. They'll see information like popular menu items, photos from their friends, reviews and more.

### Add Your Wi-Fi Network Name

Entering the Wi-Fi network name for your business will help your customers see Place Tips when they visit. The network name you provide will not be publicly visible on your Page.

Enter your network name

e.g. NETGEAR\_786

### Add a Welcome Note

Welcome your customers or share information that'll be useful during their visit, like new items or special offers.

Use the description of your business from your Page

Write a custom message

Benvenuto nella nostra palestra ecc ecc

107

Just show the category of your Page

### Aggiungi una foto

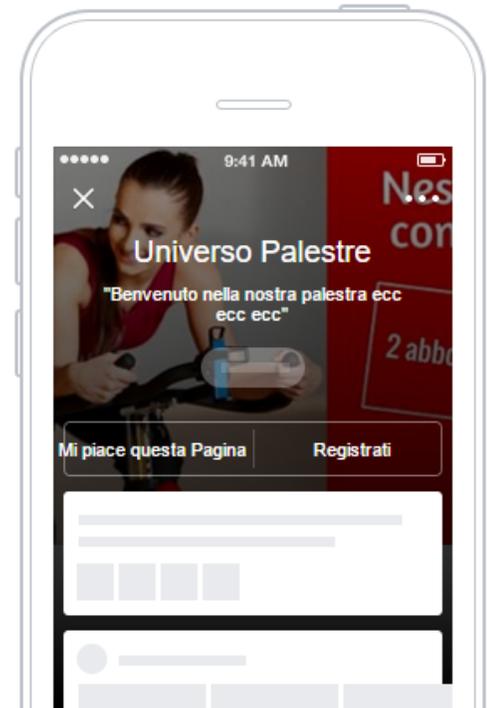
Add a photo that you'd like to feature about your business.

Use the cover photo from your Page

Add a custom photo to Place Tips

Cancel

Save



# YouTube

---

- YouTube secondo motore di ricerca al mondo
- 3° sito più visitato (dopo Google e FB)
- Più di 1 miliardo di utenti unici al mese
- Visti ogni mese più di 4 miliardi di ore di video
- Ogni minuto caricati 72 h di video
- Oltre il 50% delle visualizzazioni viene da mobile



# YouTube e il VIDEO MARKETING

---

- Video tutorial di allenamenti in palestra
- Video motivazionali
- Video presentazione degli ambienti (tour virtuale)
- Video presentazione dello staff
- Video di eventi (open day, master class, feste a tema)
- Video ludici per coinvolgere i clienti (interviste doppie, flash mob, momenti di allenamenti, ecc)
- Video testimonianze di clienti che hanno ottenuto benefici frequentando la palestra
- Flash Mob

# VIDEO MARKETING



**Will It Blend? - iPad**

Blendtec

875.311 **Iscriviti**

18.044.182

58.803 11.845

Caricato il 05 apr 2010

We've heard that the iPad will change your life, but will it change the way you blend?

Tell us what to blend next here: <http://www.facebook.com/willitblend>

**A seguire** Riproduzione automatica

- Will It Blend? - iPhone**  
Blendtec  
12.455.131 visualizzazioni
- Will It Blend? - Ford Fiesta**  
Blendtec  
4.289.616 visualizzazioni
- Will it Blend? iPhone 5s and 5c**  
Blendtec  
4.216.691 visualizzazioni
- Will it Blend? - Skeleton**  
Blendtec  
3.049.052 visualizzazioni
- Will it blend? Nokia 3310**  
Blendtec  
3.018.843 visualizzazioni
- Will It Blend? - Golf Balls**  
Blendtec  
7.737.882 visualizzazioni
- Baby Doll Bath Time with Colors Chocolate Candy For Kids Pretend Play Learn Colors**  
ToyMonster  
Consigliato per te
- Will It Blend? - Glow Sticks**  
Blendtec  
11.646.163 visualizzazioni
- Will it Blend? Markers**  
Blendtec

# VIDEO MARKETING

---

---



2:40 / 3:08

Buon Natale e Felice 2016!

 HiFit Genova  
[Iscriviti](#) 5

+ Aggiungi a   ➔ Condividi   ⋮ Altro

👍 1   🗨️ 0

# VIDEO MARKETING

YouTube  🔍



**Intervista doppia ai soci KLAB Renzo e Patrizia**

KLAB  48

693 visualizzazioni

Aggiungi a Condividi Altro 5 0

Publicato il 24 mar 2013  
Renzo e Patrizia, la coppia più bella dei clienti Klab, si raccontano e si confrontano in una incalzante e sorprendente intervista doppia.

**A seguire** Riproduzione automatica

-  KLAB Marignolle Firenze - Piscine esterne 2015  
KLAB  
1.296 visualizzazioni
-  Klab Marignolle - piscine esterne  
KLAB  
1.394 visualizzazioni
-  Learn Colors BabyDoll Peppa Pig BathTime + Clay Slime Surprise Toys Compilation  
ToyMonster  
Consigliato per te
-  Matrimonio Marco & Pamela - Intervista doppia  
Marco Mancini  
8.480 visualizzazioni
-  ADELE - HELLO (cover) - esercizi di riarmonizzazione - re-harmonization  
Messimo Varini  
Consigliato per te
-  KLAB The Wellness Experience  
KLAB  
463 visualizzazioni
-  MUSIKLAB - Le VIDEO-INTERVISTE di KLAB!  
KLAB  
584 visualizzazioni
-  Carlo Conti e Nino Frassica Intervista doppia  
CarloContiSupporter  
65.159 visualizzazioni
-  Evento MUSIKLAB in KL AR Marignolle

# YouTube e il VIDEO MARKETING

---



***IMOVIE  
POWERDIRECTOR  
PINNACLE STUDIO PRO  
KINEMASTER  
MOVIE EDIT TOUCH***

# LA DIFFUSIONE DEI CONTENUTI: l'e-mail marketing

---

- L'e-mail è uno strumento di marketing diretto digitale che offre ottimi risultati a fronte di costi irrisori. Esistono eccellenti piattaforme di e-mail marketing come Mail Chimp che permettono di creare e inviare gratuitamente una newsletter ad un database massimo di 2000 indirizzi



# LA DIFFUSIONE DEI CONTENUTI: il mobile marketing

- L'sms è uno strumento intramontabile
- Difficilmente chi riceverà un sms non lo leggerà.
- Oltre ad utilizzare le proprie liste di numeri telefonici è possibile trovare in rete piattaforme che mettono a disposizione database di numeri profilati per età, sesso e soprattutto area geografica

**SCEGLI IL SESSO**

Femmine  Maschi  Entrambi  

**SCEGLI LA FASCIA D'ETA'**

 18 - 66+

**SCEGLI L'AREA GEOGRAFICA**

Modalità di selezione:

Clicca sulla mappa per definire l'area di tuo interesse. Per confermare la tua selezione clicca sul tasto Selezione CAP.



**Verifica Disponibilità**

**PROGRAMMAZIONE CAMPAGNA**

Scegli Data Invio

Scegli Ora Invio

Tutti i prezzi sono IVA esclusa

**MITTENTE NON PERSONALIZZABILE** **MITTENTE PERSONALIZZABILE**

Tutti i DATABASE	57838 contatti	56197 contatti
	3354.60 € 5.87 cent/contatto	5573.62 € 9.87 cent/contatto
Solo su contatti in OFFERTA 	41428 contatti	41428 contatti
	1657.12 € 4.00 cent/contatto	2692.82 € 6.50 cent/contatto

# Esegui l'invio su tutti i contatti disponibili	Totale Contatti	Prezzo Totale (IVA Esclusa)
	41.428	2692.82 €

# Esegui l'invio su parte dei contatti	Totale Contatti	Prezzo Totale (IVA Esclusa)

Scrivi Mittente

Testo Messaggio

NOTE

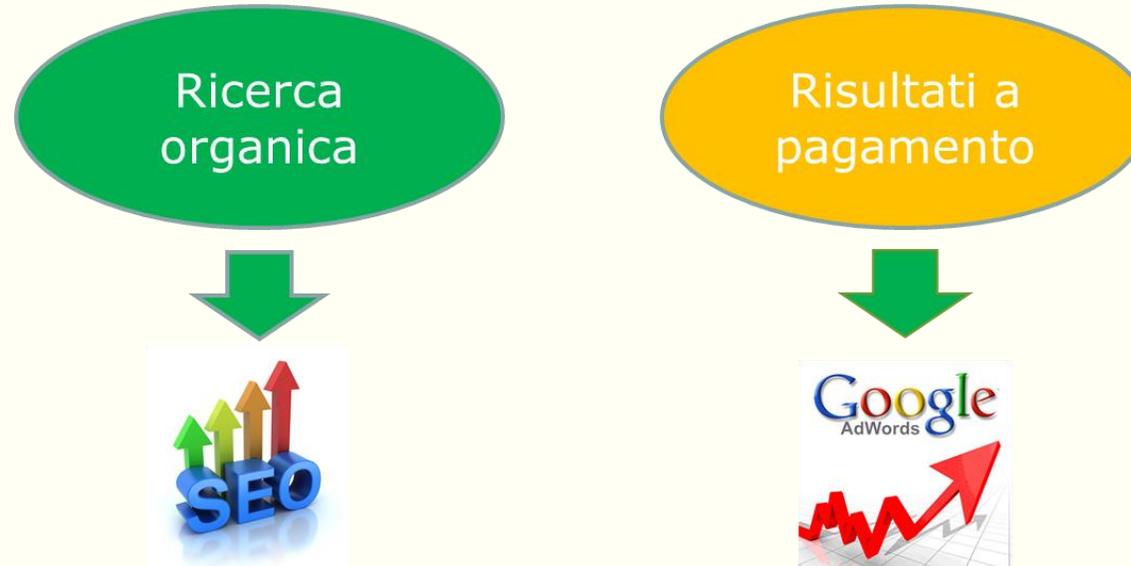
[Percorsi usabili per appalti](#)



# LA DIFFUSIONE DEI CONTENUTI: SEO e SEM

---

- Gli utenti ricercano sempre di più informazioni online su prodotti e servizi
- Il 95% tramite Google
- Essere in prima pagina su Google ci intercettare un maggior numero di utenti

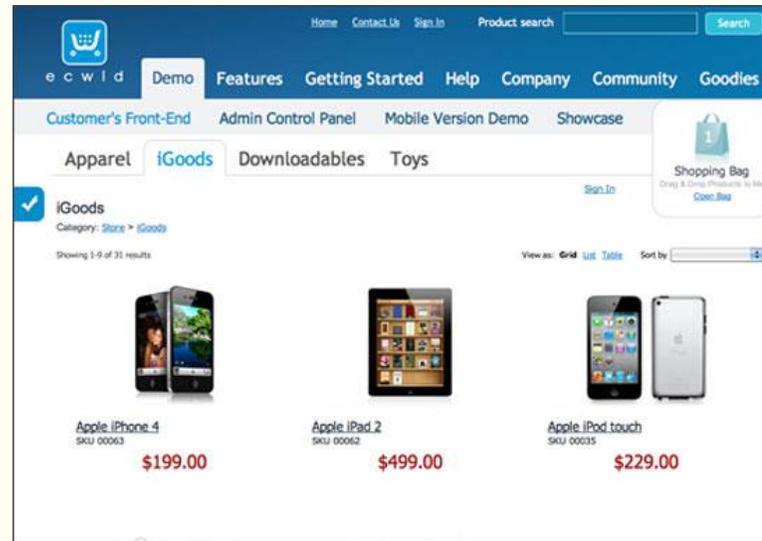


# VENDERE ONLINE

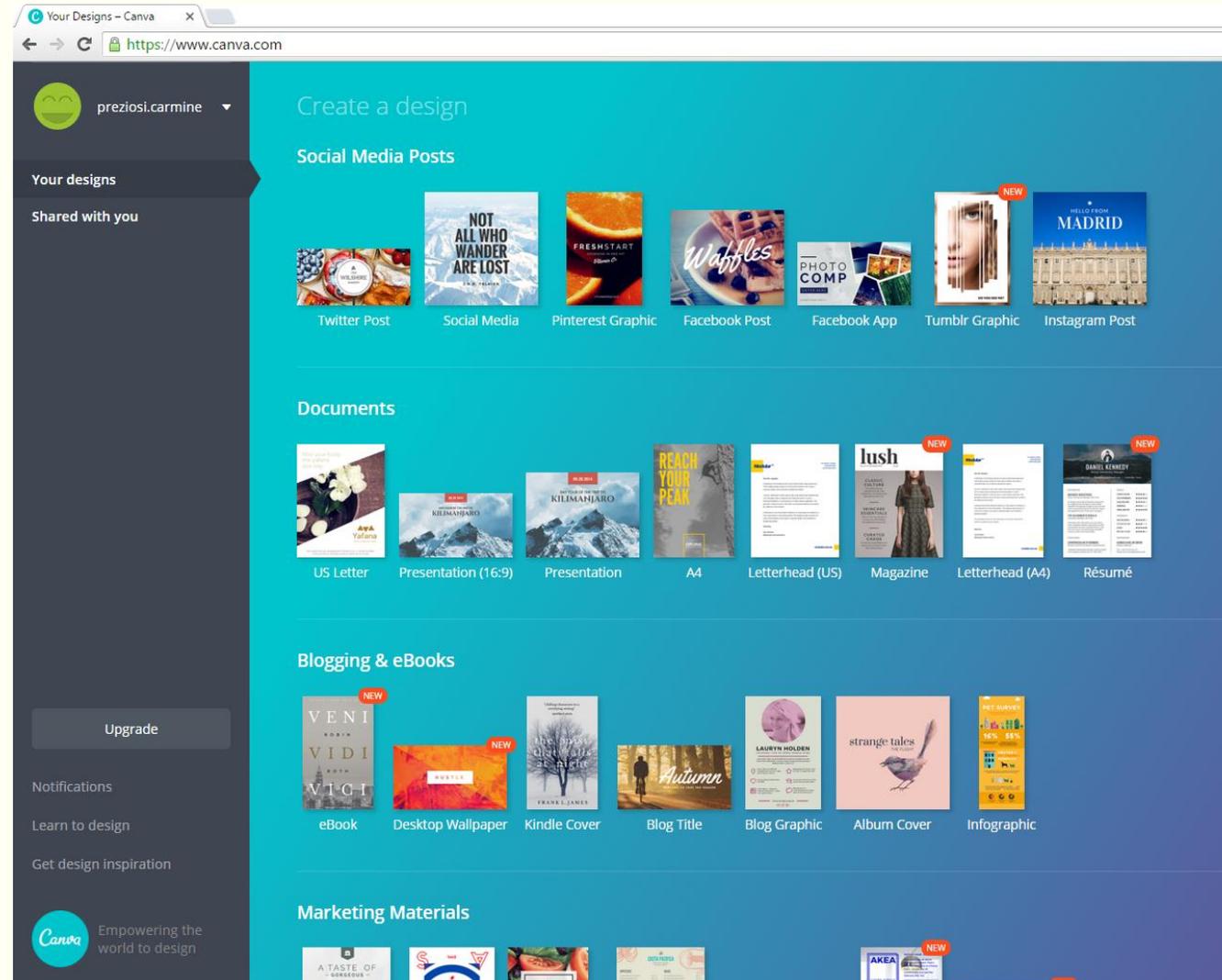


# VENDERE ONLINE

---



# CREARE ONLINE: www.canva.com

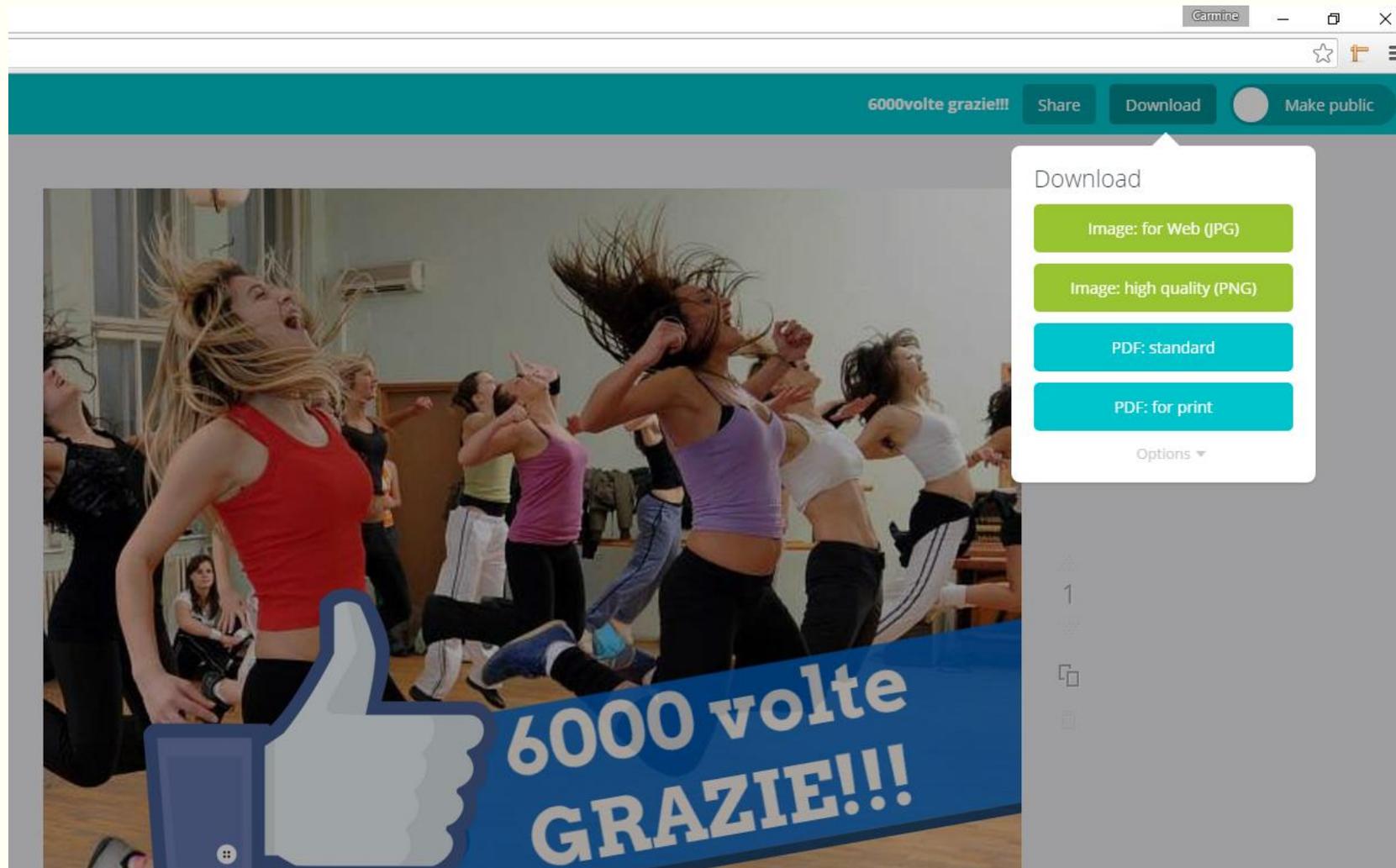


# CREARE ONLINE: [www.canva.com](http://www.canva.com)

The screenshot displays the Canva website interface. At the top, the browser address bar shows the URL <https://www.canva.com/design/DABpJitbwiY/2vcENWPkwiq4qcOoho2dEg/edit>. The Canva logo is on the left, and the top navigation bar includes 'File', 'Undo', 'No changes made', and buttons for '6000volte grazie!!!', 'Share', 'Download', and 'Make public'. A left sidebar contains navigation options: SEARCH, LAYOUTS, ELEMENTS, TEXT, BKGROUND, and UPLOADS. The main workspace shows a design project for a Facebook post. The background image is a group of women in a dance studio. Overlaid on the image is a large blue thumbs-up icon and a blue banner with the text '6000 volte GRAZIE!!!'. A 'UNIVERS' logo is in the bottom right corner of the design. Below the design is a '+ Add a new page' button. A 'Need help ?' button is in the bottom right corner.

# CREARE ONLINE: [www.canva.com](http://www.canva.com)

---



# CREARE ONLINE: [www.photofunia.com/it/](http://www.photofunia.com/it/)

The screenshot displays the Photofunia website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo and links for Home, App, Blog, Aiuto, and Accedi. A search bar on the left shows 'Risultati della ricerca' with a magnifying glass icon. Below the search bar is a list of categories and their counts:

Tutti gli effetti	469
Valentine's Day	17
Halloween	13
Christmas	22
Filtri	31
Laboratorio	72
Cartoline	5
Poster	64
Gallerie	28
Fotografia	33
Volti	85
Cartelloni	46
Celebrità	23
Cornici	36
Disegni	34
Vintage	38
Varie	65
Riviste	12
Professioni	24
Film	19
TV	8
Libri	10

The main content area features a featured section for 'Gmail per Lavoro' with a sub-header 'Email di Google per il tuo dominio Provala gratis per 30 giorni.' Below this is a grid of photo effects under the heading 'Tutti gli effetti'. The grid includes:

- Gallery Visitor
- Night Motion
- Pendant
- Equestrienne
- Campaign
- Frosty Window Writ...
- Santa Snow Angel
- Santa's Parcel Picture
- Graffiti Circle on the ...
- You are my Universe
- New Year Frames
- Museum Banners
- YOUR TEXT
- Various other effects with 'Your Text' overlays.

# STAMPARE ONLINE: pixartprinting

← → ↻ Pixartprinting S.P.A. [IT] https://www.pixartprinting.it

**pixartprinting** Prodotti Newsletter Serve aiuto Area Invio file Registrati Login 0

**PIX4LOVE** ▶

Cerca nel sito... 🔍

- Prodotti
- PROVACI A 1€
- FASTLANE
- CAMPIONARI **NEW**
- SHOPPING BAGS
- CALENDARI, PLANNING
- PICCOLO FORMATO
  - Notes
  - Buste
  - Biglietti da visita
  - Volantini e Flyer
  - Cartoline e inviti
  - Pieghevoli
  - Locandine
  - Cartelle
  - Cartoline postali
  - Altri formati
  - Fogli Macchina
- RIVISTE, LIBRI, CATALOGHI
  - Punto metallico
  - Brossura grecata e fres...
  - Spirale metallica
  - Brossura cucita filo refe
  - Libri **NEW**
  - Scheda non rilasata

**L'ARTE DI FARSI NOTARE**  
SCOPRI

97% dei clienti acquisterebbe di nuovo da Pixartprinting.  
**reevoo** Leggi le recensioni.

L'immagine ha carattere puramente illustrativo.

**CALENDARI, PLANNING**  
**RIVISTE, LIBRI, CATALOGHI**  
**LETTERE IN CARTONE**  
**ROLL-UP XXL**

# STAMPARE ONLINE: flyeralarm

The screenshot shows the flyeralarm website interface. At the top, there is a navigation bar with links for Hotline, Callback, Sul posto, and Notizie attuali. Below this is the main header with the flyeralarm logo and navigation icons for Hotline, Nuovo cliente, Login, and Carrello. A search bar is located on the right side of the header.

The main content area features a large banner for "250 Etichette in bobina" (250 stickers in a roll). The banner includes an image of the product and the following text:

Rapide, efficienti ed economiche:  
250 Etichette in bobina

invece di 53,59 € IVA incl.  
**a 51,24 € IVA incl.\***

Ordina qui

\*42,00 € + IVA, rotonde, diametro 4,5 mm, 90 g carta adesiva bianca, 4/0 colori

Below the banner, there are five category links: Adesivi resinati, Tesserini in plastica, Cartellone antintemperie, Timbro Printy, and Etichette in bobina.

The section "Scopri i nostri prodotti" (Discover our products) is followed by a navigation bar with tabs: Offerte, Temi, Prodotti di stampa, Tecnica pubblicitaria, Articoli pubblicitari, Abbigliamento, Accessori, and Ordina in overnight.

The product grid displays four offers:

- 5000 Volantini classici**  
DIN A6 (10,5 x 14,8 cm)  
135g carta patinata lucida  
**23,18 € IVA incl.**  
19,00 € + IVA  
Vai all'offerta
- 1000 Volantini classici**  
DIN A6 (10,5 x 14,8 cm)  
250g carta patinata lucida  
**18,30 € IVA incl.**  
15,00 € + IVA  
Vai all'offerta
- 5000 Volantini classici**  
DIN A5 (14,8 x 21 cm)
- 5000 Volantini classici**  
DIN A5 (14,8 x 21 cm)

A "TRUSTED SHOP GUARANTEE" logo is visible in the bottom right corner.

# DIGITAL COUPONING

---

- Pubblicare offerte sui siti di digital couponing come Groupon e Groupalia può essere un modo economico per ottenere nuovi potenziali clienti
- Evitare offerte di abbonamenti scontatissimi di lunga durata
- Deve essere concepito come un **mezzo per ottenere nuovi contatti e non per vendere abbonamenti.**



# CO-MARKETING

---

- Co-marketing è un modo molto conveniente di collaborazione tra due aziende finalizzato sostanzialmente al **reciproco scambio di clientela e database di contatti**.
- Il co-marketing è applicabile anche sul web grazie allo **scambio di link tra siti internet** utili anche ad un migliore posizionamento SEO dei siti internet.
- Meglio condividere articoli nei blog che utilizzare i banner con link.



# COMUNIACI STAMPA E BLOG

---

- Inviare comunicati stampa di eventi o iniziative particolari che fate nel vostro club a riviste cartacee o online non vi costa nulla!
- Chi sono oggi i veri “influencer”?



# LA BELLA E LA KLAB

## LA BELLA E LA KLAB

**RDF 102.7**  
ogni venerdì alle 18:50

**BLOGGER ELENA FARINELLI**  
ioamofirenze.it

**VS**

**COACH FEDERICO VANZI**  
Klab

**KLAB È PIÙ DI UNA PALESTRA, È UN'ESPERIENZA COMPLETA, UN'IMMERSIONE NEL FITNESS, NEL BENESSERE E NEL RELAX. LO DICONO TUTTI? BE', NOI VE LO DIMOSTREREMO.**

Elena Farinelli, la bella blogger di "ioamofirenze.it", donna di lettere e pensiero, proverà per voi l'esperienza Klab. Elena sarà affiancata da un Klab Coach, l'inflessibile, statuario Federico Vanzi, che la guiderà nel percorso di accoglienza di 12 settimane studiato per tutti i nuovi Soci Klab!

Di settimana in settimana Elena racconterà, attraverso blog, social media e interviste radio, le sue impressioni, le sue fatiche e le sue conquiste. Come in sala, anche qui Federico la terrà sempre d'occhio, con commenti, suggerimenti e... con l'altra versione dei fatti.

**RIUSCIRÀ ELENA A VINCERE LA SFIDA CON SE STESSA E A FAR DIVENTARE IL MOVIMENTO UNA SUA ABITUDINE DI VITA? SARÀ LA KLAB IL LUOGO D'INCONTRO TRA ELENA E IL FITNESS? CHE NE SARÀ DI FEDERICO?**

**#labellaelaklab**

**SCOPRITELO! SEGUITE E COMMENTATE LA STORIA SU:**

[ioamofirenze.it](http://ioamofirenze.it) [twitter.com/klab\\_wellness](https://twitter.com/klab_wellness) [facebook.com/klab.wellness](https://facebook.com/klab.wellness)

[www.klab.it](http://www.klab.it) [f](#) [t](#) [p](#) [g+](#)

**KLAB**

## LA BELLA E LA KLAB

**RDF 102.7**  
ogni venerdì alle 18:50

**BLOGGER ELENA FARINELLI**  
ioamofirenze.it

**VS**

**COACH FEDERICO VANZI**  
Klab

# 10 siti per pubblicare gratis comunicati stampa online

---

- <http://www.area-press.eu/>
- <http://www.comunicati.net/>
- <http://www.comunicati-stampa.net/>
- <http://www.wazit.it/>
- <http://www.comunicatostampa.org/#>
- <http://abccomunicati.blogspot.it/>
- <http://comunicatistampa.jimdo.com/>
- <http://www.comunicati-stampa.com/>
- <http://www.comunicati-stampa.ws/>
- <http://www.article-marketing.eu/>

# SUOLO PUBBLICO E ATTIVITA' DI OUTREACH

---

- Ogni Comune mette a disposizione di aziende e semplici cittadini la possibilità di affittare spazi di suolo pubblico dove transitano migliaia di persone (esempio: mercati, strade di passeggio, parchi pubblici, ecc) ed effettuare attività promozionali. La tassa per l'affitto di suolo pubblico di norma oscilla dalle 5 alle 50 € a secondo dei regolamenti comunali.
- Gallerie centri commerciali
- Supermercati
- Cinema
- Teatri
- Grandi ristoranti/fast food

# AFFISSIONI COMUNALI

---

- Quasi tutti i Comuni mettono a disposizione appositi spazi per le affissioni cartacee. Senza passare attraverso agenzie pubblicitarie è possibile affittare spazi temporanei pagando tasse comunali di poche decine di euro.



# TELEMARKETING

---

- Molti lo considerano uno strumento invadente ma rimane comunque **altamente efficace**.
- La telefonata è utilissima e particolarmente suggerita se fatta ad ex clienti o a contatti di cui abbiamo l'autorizzazione per effettuare attività di marketing.
- Importante non improvvisare ma formare il personale addetto e preparare sempre uno script telefonico



# PORTA UN AMICO

---

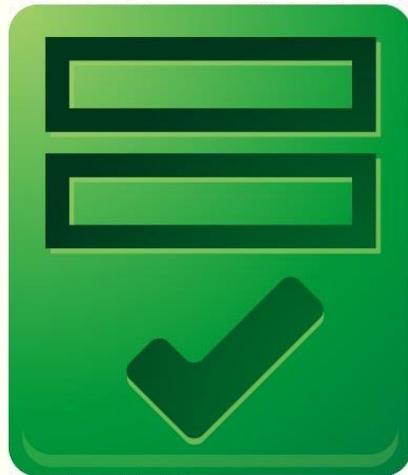
- È stato, è e sarà il cavallo di battaglia del marketing di tante palestre. Unico consiglio che ci sentiamo di dare è di applicare alle iniziative “porta un amico” sempre la logica win-win-win: “portami un amico, gli regalo qualcosa e regalo anche a te qualcosa”.



# RICERCHE DI MARKETING

---

- Questionari di Gradimento con Google Moduli e SurveyMonkey
- <https://support.google.com/docs/answer/87809?hl=it>
- <https://it.surveymonkey.com/>



Google Moduli

A screenshot of the SurveyMonkey website homepage. The header includes the SurveyMonkey logo, a 'Sign In' button, and a 'Help' button. Below the header is a navigation menu with links for 'Home', 'How It Works', 'Examples', 'Survey Services', and 'Plans &amp; Pricing'. The main content area features a large banner with the text 'Create Surveys. Get Answers.' and a three-step process: 'Design' (Build your own surveys or choose from our templates), 'Collect' (Choose how to distribute and start collecting responses), and 'Analyze' (Use our powerful analytical tools for intelligent insights). To the right of the banner is a 'Start Today' section with a 'Pro Sign Up' button (Unlimited Surveys &amp; Responses) and a 'Sign Up FREE' button (Just the Basics). At the bottom of the banner are five category links: 'Market Research', 'Education', 'Customer Satisfaction', 'Non Profit', and 'Human Resources'. Below the banner are two promotional boxes: 'Need to Reach a Targeted Audience?' (Looking for the right people to fill out your survey? Meet SurveyMonkey Audience, home to millions of qualified respondents ready to take your surveys and give you...) and 'Surveys Made Easy' (SurveyMonkey is the world's most popular online survey tool. It's easier than ever to send free...).

# Riepilogo strumenti

---

- Social Network
  - E-mail Marketing
  - Mobile Marketing
  - SEO – SEM
  - Vendita online
  - Creatività e stampa online
  - Digital couponing
- CONTENT  
MARKETING
- Co-Marketing
  - Comunicati stampa e blog
  - Suolo pubblico e affissioni pubbliche
  - Telemarketing
  - Porta un amico
  - Ricerche online

# COSTO PER CONTATTO

---

- E 'opportuno monitorare per ogni canale il «costo contatto» detto anche Costo per Lead (CPL)
- il CPL è il costo che dobbiamo sostenere, in termini di marketing, pubblicità, azioni promozionali, suddiviso per tutti i contatti che ci sono arrivati. Questo dato ci indicherà il costo medio per ogni contatto ricevuto.
- Il CPL può essere generale oppure relativo ad una specifica campagna di marketing



# ROI (Return On Investment)

---

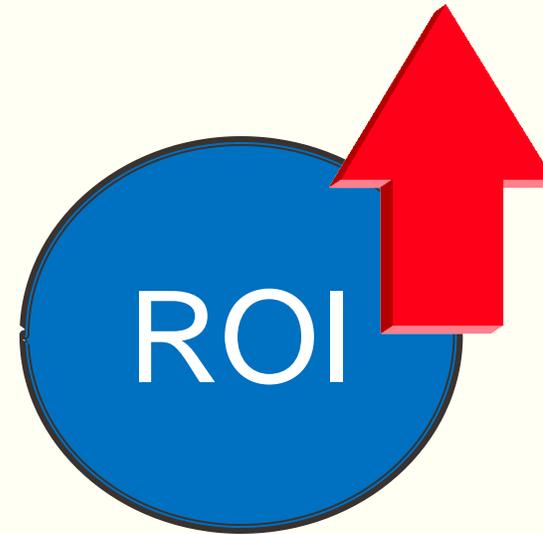
- Serve per capire quanto il capitale investito in campagna pubblicitarie ritorna in termini di reddito.
- Calcolare il ROI di una campagna pubblicitaria dove sono stati investiti 200 euro e fatturati 300 possiamo svolgere il seguente calcolo:
- $ROI = (300-200) / 200 = 0,50 = 50\%$
- Questo indica che la campagna ha prodotto per ogni euro investito un guadagno pari a 0,5€ (1,5€ di reddito), quindi si deduce che più alto risulta il ROI più la campagna è positiva per l'azienda che investe.



# CPL e ROI per COMUNICAZIONE LOW COST

---

- Il successo di una campagna di comunicazione low cost:



# GRAZIE!

*Carmine Preziosi*



[www.fitness-lab.it](http://www.fitness-lab.it)

**FORUM**  
**CLUB**