



---

# CAMPAGNE MARKETING

- sassolini -

*per non perdersi!*



# Campagne?



*Definizione:* una **SERIE** di azioni che ti mettono in contatto con il tuo mercato per comunicare

**UN** messaggio.





Da dove partire?

PERCHE' LO FAI?



Ecco alcuni perché interessanti...

# Velocità di crescita!



Ti serve un budget!





# Ecco alcuni perché interessanti...

# Generare più leads!



**SOLO VELOCI?**

**MEGLIO PUNTUALI**

SCOPRI **PUN T UALE** **acb**

**AUTOTRASPORTI CAPPELLA**  
TI OFFRE UN SERVIZIO DI TRASPORTO PER I TUOI AFFARI CHE TI GARANTISCE UNA COSA PRIMA DI TUTTO:  
**LA PUNTUALITÀ.**

**RICHIEDI UN PREVENTIVO GRATUITO!**  
**SCRIVI A: [info@autotrasporticcappella.com](mailto:info@autotrasporticcappella.com)**

Autotrasporti Cappella Bruno s.r.l.  
Via del Lavoro, 6 - 24046 Osio Sotto (BG) - Tel. 035.4824401 - Fax 035.4824823 - [www.autotrasporticcappella.com](http://www.autotrasporticcappella.com)

# Ti serve una lista di nominativi!



# Ecco alcuni perché interessanti...

## Portare i clienti a un evento!



Ti serve un elenco di mezzi di comunicazione utilizzabili!



# Ecco alcuni perché interessanti...

## Promuovere un'offerta speciale!



## Ti serve un piano scritto!



# Sì, bello! Ma quanto mi costa?

Invio di 3000 cartoline con posta target: 0,36€ a francobollo

Invio di email su tue email: ?

Invio di fax su tuoi numeri: 0,016€ c.ca a invio

Invio SMS su tuoi numeri: 10€ c.ca ogni 100

Acquistare 10.000 nominativi di aziende: 2.000€ c.ca

Invio su email non tue: 13€ c.ca di CPM

Invio SMS su numeri non tuoi: 43€ c.ca di CPM

Avere tanti ritorni: **NON HA PREZZO !**





# Contiamo i sassolini?



- 🐹 Hai un perchè?
- 🐹 Hai un budget?
- 🐹 Hai una lista di nomi?
- 🐹 Hai diversi canali?
- 🐹 Hai piano scritto?

....Quanti ne hai?



# 1 o 2 SASSOLINI

«Ucci ucci, sento odor di cristianucci»

La campagna sarà solo reattiva, e quindi avrai pochi leads e mancherai gli obiettivi prefissati.

Sarà difficile destinare un nuovo budget per il futuro.

E' un circolo vizioso senza uscita !





## 3 o 4 SASSOLINI

«Hai le briciole di pane»

La campagna non è molto creativa, ma otterrai dei risultati.



Non avrai bene idea della resa e sarà difficile trovare nuove soluzioni per avere più risultati in futuro!



# 5 SASSOLINI

## Sei a casa!

Hai pianificato campagne per obiettivi specifici. Anche se non li ottieni sempre tutti hai un sistema per migliorarti e misurare la resa delle campagne, ripetendo il messaggio e

dando il giusto follow up (seguito).

In futuro potrai solo migliorare!



# RISULTATI ATTESI ?



Attrarre l'attenzione è uno dei primi requisiti per ottenere dei risultati.

*Maxwell Sackheim*