



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

Autotrasporti Cappella Bruno s.r.l.
Via del Lavoro, 6 - 24046 Osio Sotto (BG) - Tel. 035.4824401 - Fax 035.4824823 - 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