



**MARKETING:
CONSIGLI D'AUTUNNO
PER ESEMPI D'INVERNO**

... il DUBBIO

...il tempo di risposta dei clienti si allunga!



...gli affari vanno male!

...l'economia è debole!

... le nostre @ non funzionano come una volta!

... siamo in recessione!

... la DOMANDA

Che cosa può fare la mia
azienda per generare più

leads, migliori

prospect e maggiori

vendite?





PREMIER

...analizzando il portafoglio clienti:

1.800 clienti abituali

25.000 clienti

+1300%

144 aziende convenzionate

224 aziende

+56%

464 aziende 'potenziali'

562 aziende

+21%

1 o 2 convenzioni/mese

3 in 20 gg

La campagna 144 e 464 non è ancora

iniziata.

p.s. l'azione è stata preceduta da un sondaggio.

Esempio!



...aggiornando il portafoglio clienti:

1.160.000 aziende come mercato potenziale (!)

2 richieste solo aggiornando le email (!)



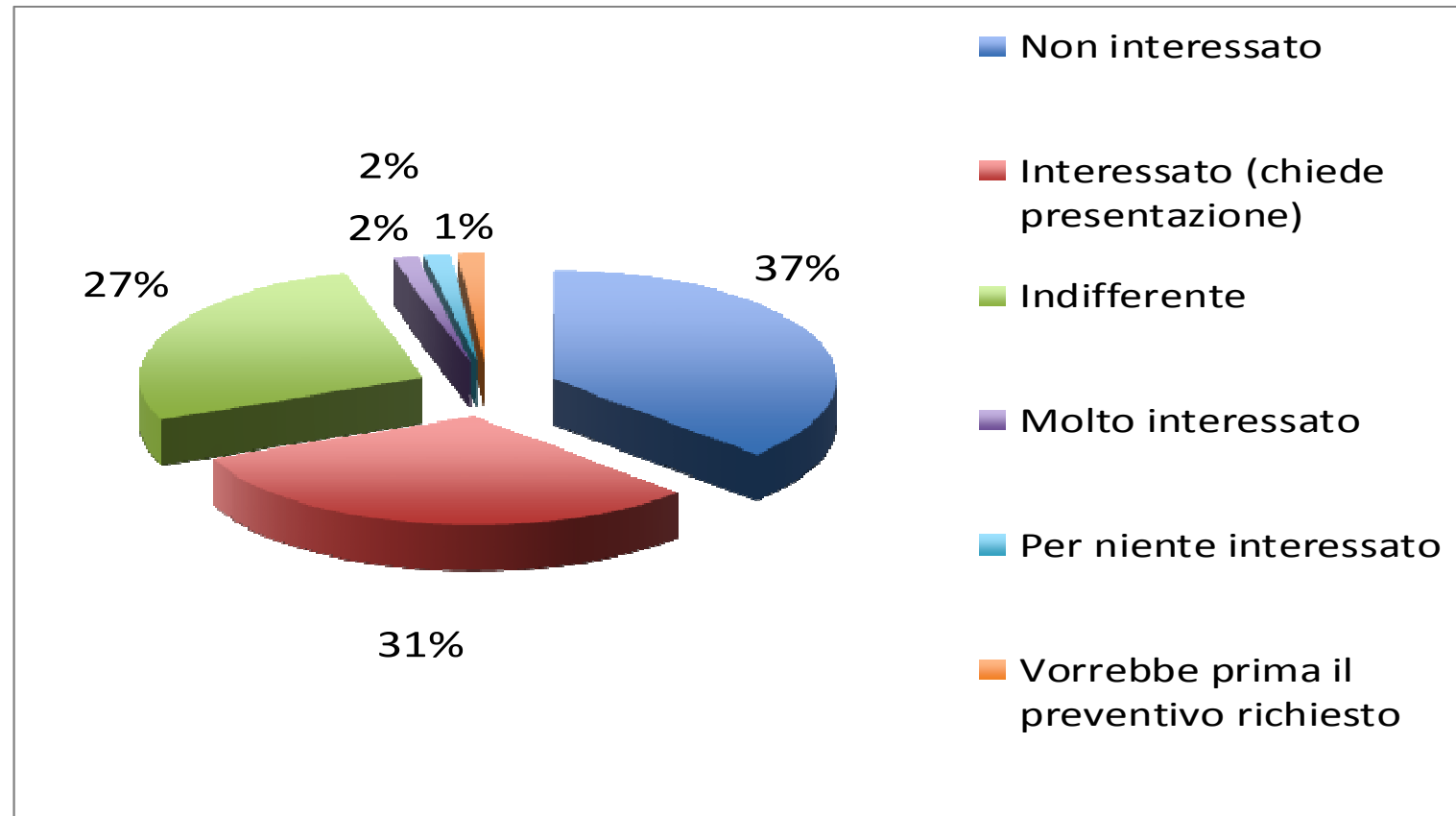
La campagna PUNTUALE non è ancora

p.s. l'azione è stata preceduta da un sondaggio **iniziata**



Esempio!

D11_ Mi saprebbe dire il suo grado di interesse per Creative?



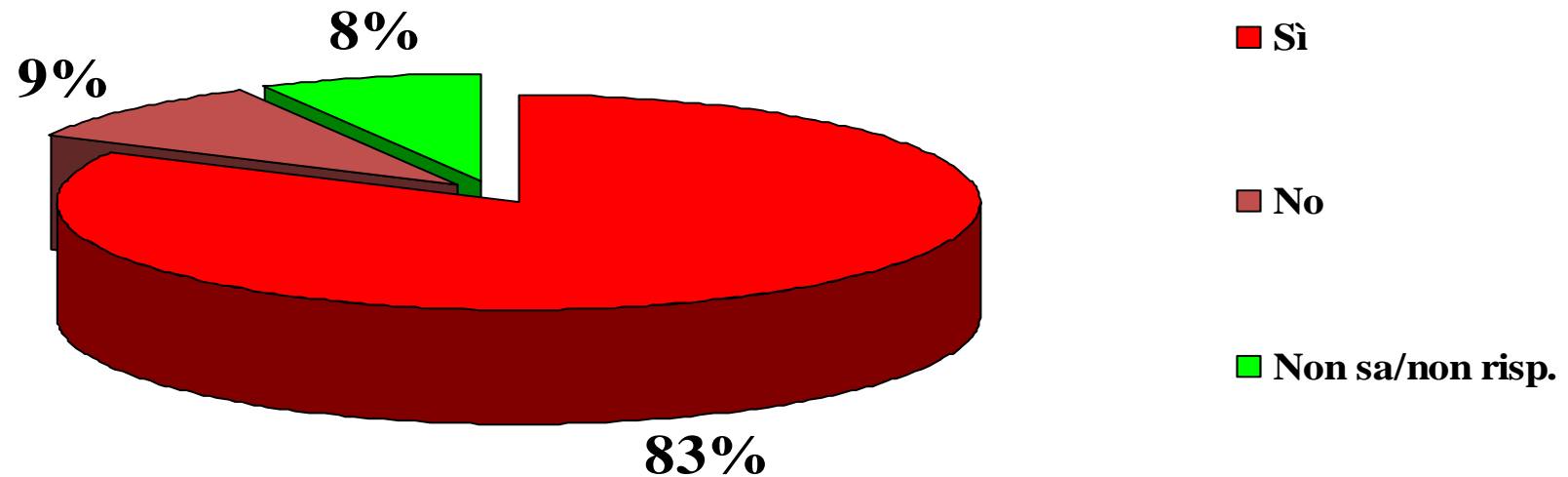
La campagna CREATIVE non è ancora iniziata...

p.s. l'azione è stata preceduta da un sondaggio

p.s. sondaggio?

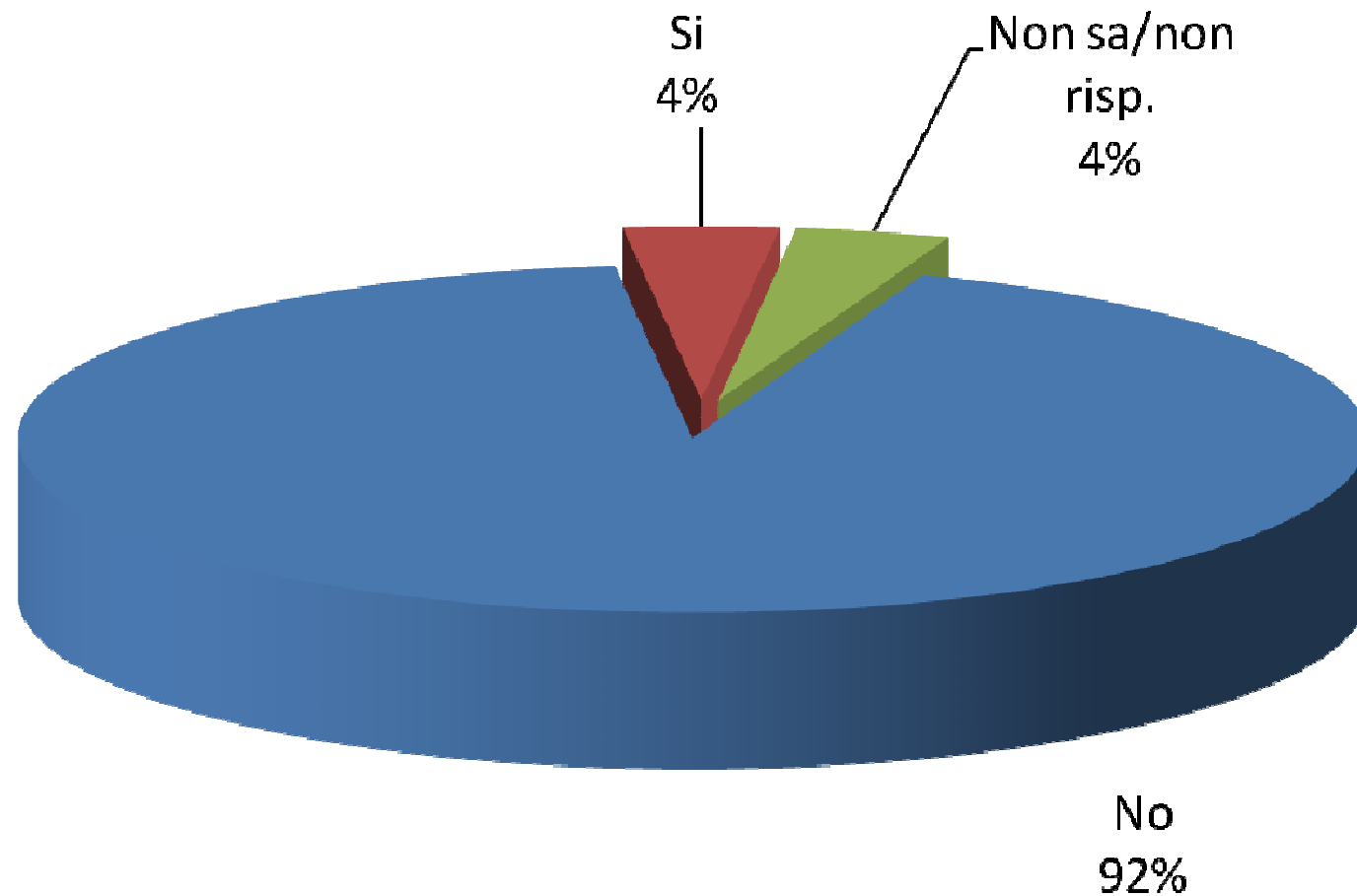
Magari si scopre questo...

Q14. Se in futuro, avesse delle necessità per fornire serramenti ai suoi clienti, valuterebbe una collaborazione con X?



O questo...

Q6. Dopo che ha acquistato, Le hanno mai proposto l'acquisto di un box all'interno della sua palazzina?



p.s. occhio alla teoria del verme!



4 CONSIGLI PRATICI

1. CREA AZIONI MASSICCE



... poi almeno il doppio!

Esempio!



Da 12.000 a 29.000 nominativi raccolti in 2 anni

Oltre 800 schede cliente in 3 giorni di fiera

Oltre 4.000 mail/mese

Oltre 10.000 SMS/mese

Oltre 70.000 volantini/mese



Da 300mq a 1.300mq a novembre 2010!

p.s. l'azione è stata preceduta da un sondaggio

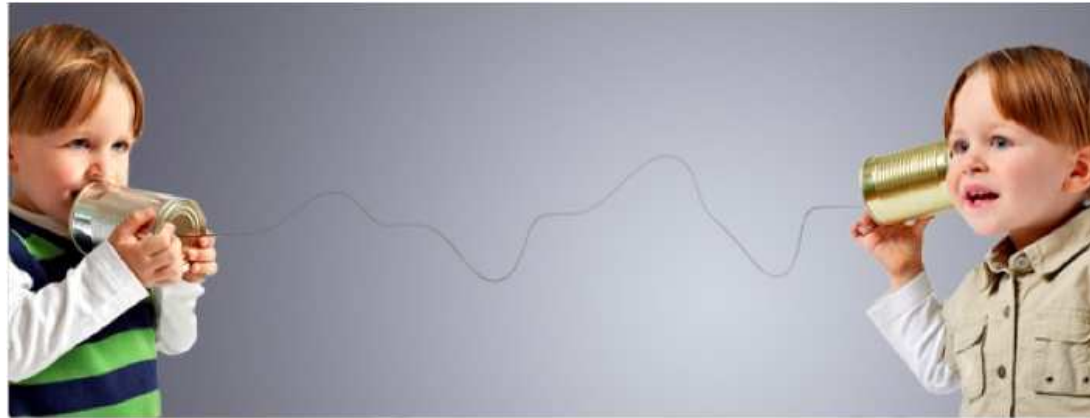
4 CONSIGLI PRATICI

3. OGNI COMUNICAZIONE, UNA COMUNICAZIONE DI DIRECT MARKETING



... sempre un affare per il tuo cliente!

Telemarketing specifico zone limitrofe



Per 3 mesi

20 appuntamenti

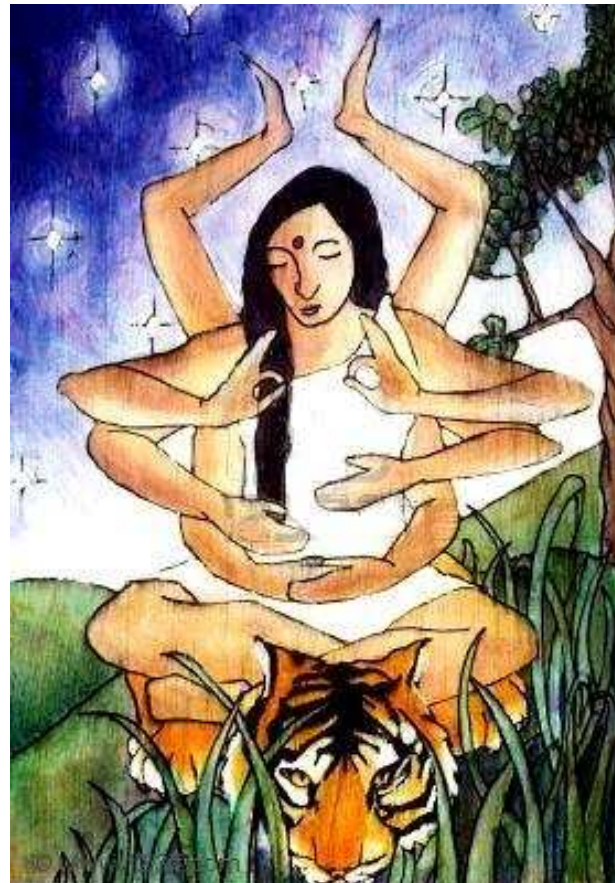
5 clienti nuovi chiusi

La campagna vera non è ancora partita...

p.s. l'azione è stata preceduta da un sondaggio

4 CONSIGLI PRATICI

NON USARE SOLO 1 CANALE



... almeno 5 canali!

Esempio!

3 diverse comunicazioni di
VANTAGGI per 300 nomi
su settore arredamento



3 ritorni solo
da card

1 referral

Che card?

www.tasso.it



PRODOTTI SPECIALI: TAGLIATI SULLE TUE ESIGENZE!
Tu sei unico! I tuoi prodotti e il tuo marchio lo sono. Tasso valorizza la tua unicità progettando e realizzando stampi e lavorazioni rigorosamente su misura.

TASSO
METALLI e PLASTICHE

4 CONSIGLI PRATICI

4. PROVA DIVERSE OFFERTE, IDEE, COPY, FORMAT E MEDIA



... e vedi quello che funziona meglio!

Esempio!

(di Halloween)



STIAMO RACCOGLIENDO ZUCCHE DI SUCCESSO ...
... PER UN EVENTO DA PAURA!

www.opensourcemanagement.it

NON LA SOLITA TEORIA. GLI IMPRENDITORI PARLANO AGLI IMPRENDITORI

14 e 15 dicembre 2010:
MBS Top of the Year
Due giornate uniche dove gli **IMPRENDITORI RACCONTANO** le loro azioni pratiche di **SUCCESSO!**

INFO E PRENOTAZIONI: [CLICCA QUI!](#)

Esempio!

Evento per casa arredata...



350 persone?

100 persone?

3 case vendute!

p.s. l'azione è stata preceduta da un analisi DB

Canali?

vi invitiamo a brindare all'abitare doc


Le Vigne di Fantecolo
l'abitare doc

Via Bonetti, angolo via Montale
Fantecolo di Provaglio d'Iseo, Brescia

domenica 10 ottobre

Mauro Rizzinelli ha il piacere di invitarla
al brunch che si terrà domenica 10 ottobre
dalle ore 10.30 alle ore 14.30.
Con l'occasione potrà visitare una
casa campione completamente arredata.

www.levignedifantecolo.it

Confermi la sua presenza:

Tel. +39 030 890 80 56
Fax +39 030 890 65 26
info@maurorizzinelli.it

www.maurorizzinelli.it


Le Vigne di Fantecolo
l'abitare doc


maurorizzinelli
real estate spa



Per info chiama lo 030 8908056


maurorizzinelli
real estate spa

... quindi?

Non è un mondo in recessione!

E' solo un mondo differente!



BENVENUTI
ORA NEL
NUOVO MONDO!

p.s. ULTIMO CONSIGLIO!

RAGGIUNGI IL TIPPING POINT(*)

Da un certo punto in avanti non c'è più modo di tornare indietro.

E' quello il punto al quale si deve arrivare.

Franz Kafka

(*) ***The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference***

è un libro di Malcolm Gladwell,
pubblicato la prima volta da Little Brown nel 2000.