

Percorsi di lettura
 Periodico di economia a marketing sulla filiera dei beni di consumo
 Reg. Trib. Mi. n. 268 del 24/04/08
Tamburino - www.largoconsumo.info



Documento in **versione interattiva**:
www.largoconsumo.info/052009/PL-0509-004.pdf

PROMOZIONI, FIDELIZZAZIONE DEL CLIENTE, DIRECT MARKETING



Costi del Percorso di lettura:

€ 262,50 (comprensivo iva) - non abbonati

€ 262,50 (comprensivo iva) - abbonati

[Clicca qui per i costi dei singoli titoli](#)

Per ordini: diffusioneeeabbonamenti@largoconsumo.it

Aggiornato a: Largo Consumo 05/09 e supplementi

Rif: PL-0509-004

Aggiornamenti:

Verifica la disponibilità di un'[edizione più aggiornata](#) di questo Percorso di lettura.

Se non sai cosa sia un Percorso di lettura, trovi una spiegazione alla pagina www.largoconsumo.info/percorsi

LE FONTI DI QUESTO PERCORSO DI LETTURA E SUGGERIMENTI PER L'APPROFONDIMENTO DEI TEMI:

Largo Consumo

Rivista di economia e marketing sulla filiera dei beni di consumo

Mensile fondato nel 1980 e diffuso esclusivamente in **abbonamento**, i cui contenuti giornalistici si sviluppano in forma di **inchieste**, **studi** e **articoli** vari inerenti tutti i momenti della filiera dei beni mass market, food e non food., dalla **produzione**, alla **distribuzione**, al **consumo finale**, compresi i servizi, le strutture e i sistemi collegati.

Osservatorio D'Impresa

Leggi le **case history** di comunicazioni d'impresa di Aziende e organismi attivi nei mercati considerati in questo

Percorso di lettura **selezionati** da *Largo Consumo*

I CONTENUTI EDITORIALI:

Largo Consumo, fascicolo 5/2009, n° pagina 83, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Allo stadio con New Topexan

Una nuova promozione premia chi acquista New Topexan. Il celebre brand di Soco, la società di cosmetici leader nel settore della detergenza della pelle, è protagonista del concorso "Vinci lo stadio con New Topexan". Al centro è lo storico prodotto per il dermolavaggio antibatterico per pelli normali e grasse da ... millilitri, la cui formula a pH neutro è del tutto priva di saponi e contiene principi attivi antibatterici specifici per liberare la pelle e proteggerla dalle impurità.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: instant win, New Topexan, Soco, Vinci lo stadio con New Topexan

Largo Consumo, fascicolo 5/2009, n° pagina 83, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Un club per appassionati Ikea

Ikea lancia la proposta del fan club destinato a tutti gli appassionati della casa che vogliono trasformarla attraverso l'arredamento e la decorazione in un piacevole spazio da vivere riflettendo la personalità di chi la abita. E' Ikea Family, nuova formula associativa tra tutti coloro che condividono l'obiettivo della grande catena di consentire al maggior numero possibile di persone di acquistare mobili funzionali e di design senza spendere un occhio della testa.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Ikea, Ikea Family

Largo Consumo, fascicolo 5/2009, n° pagina 105, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Il direct mailing nella banca dati AdEX

Grazie a un progetto di Poste italiane in collaborazione con Nielsen Italia il direct mailing è stato inserito nella banca dati AdEX, che rappresenta la misurazione e certificazione ufficiale degli investimenti pubblicitari. E' così possibile elaborare anche per questo strumento analisi puntuali e dettagliate e effettuare utili confronti tra le varie campagne realizzate. Dall'elaborazione dei primi dati emerge che il direct mailing è tra i media più importanti del mercato pubblicitario italiano

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: adEX, Nielsen Italia, Poste Italiane

Largo Consumo, fascicolo 5/2009, n° pagina 127, lunghezza 1/18 di pagina

Tipologia: Breve

Nomine: Ennio Silvestin di Sas

Ennio Silvestin è il nuovo alliance manager di Sas in Italia. Ha ora la responsabilità di supportare la forza di vendita e di ampliare la rete dei partner.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Sas, Silvestin Ennio

Proposte editoriali sugli stessi argomenti:



Titolo: Display, Layout, POP e Merchandising - Codice PL-0208-005

Edizione: 2/2008

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/022008/PL-0208-005.pdf



Titolo: Attrezzature e tecnologie per il commercio - Edizione PL-1208-008

Edizione: 12/2008

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/122008/PL-1208-008.pdf



Titolo: Servizi su telefono cellulare - Codice PL-1007-001

Edizione: 10/2007

Editore: Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/102007/PL-1007-001.pdf

Largo Consumo, fascicolo 4/2009, n° pagina 81, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Il post vendita tra standard ed estensione

Tutela: Abbastanza soddisfatto dei centri di assistenza e della loro opera, il cliente vorrebbe sentirsi più seguito e coccolato. E' quanto emerge da una ricerca Gnresearch. Le aspettative dei consumatori italiani che acquistano un determinato bene durevole vanno oltre le funzionalità del prodotto: è anche nel come è strutturata la garanzia post vendita che il singolo acquirente fonda la propria decisione d'acquisto. Le caratteristiche della garanzia post vendita rivestono un ruolo centrale.

Table, grafici e box a corredo:

- **Il rapporto dei consumatori con la garanzia post vendita: 2008 (in %)**

Allegati:

- **leggi questo articolo**

Citati: Estendo, Gnresearch

Largo Consumo, fascicolo 3/2009, n° pagina 65, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Erg entra nella telefonia mobile

Erg Petroli ha lanciato con Vodafone Italia un nuovo operatore mobile virtuale: Erg Mobile. Opererà nel campo della telefonia commercializzando l'offerta tramite la propria rete di distribuzione di carburante che conta punti di vendita. E' la prima compagnia petrolifera a entrare in questo mercato con una Sim dedicata e personalizzata sotto le insegne di un nuovo brand. I clienti avranno benefici immediati ogni qualvolta si riforniranno di carburante decidendo di ricaricare la carta.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: Erg Mobile, Erg Petroli, Erg più, Vodafone, Vodafone Italia

Largo Consumo, fascicolo 3/2009, n° pagina 65, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Co-marketing tra profumeria e stampa

La Gardenia, seconda catena italiana di profumerie, e il mensile femminile Elle del gruppo Hachette-Rusconi hanno raggiunto un accordo per un'operazione di co-marketing. Alla base la complementarità del target cui si rivolgono: un tipo di donna colta, impegnata, attenta alla cura propria bellezza, con un occhio i riguardo allo stile e all'eleganza. Le lettrici troveranno in omaggio acclusi ai numeri di marzo e di giugno coupon con cui partecipare alla raccolta per la mini collection Janeke.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: Elle, Hachette-Rusconi, Janeke, La Gardenia

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 5, lunghezza 1/2 di pagina

Tipologia: Breve

Coca-Cola al salvataggio dei consumi

Il Natale è l'occasione per mettere in atto un piano di intervento promozionale straordinario da cui prende il via la campagna marketing destinata a interessare consumatori e partner commerciali per l'intero L'iniziativa natalizia si è concretizzata nella distribuzione di oltre . milioni di buoni sconto per un corrispettivo di oltre .. milioni di euro.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa notizia**

Citati: Coca-Cola, Dario Rinero, Fabrizio Capua, Federazione Italiana Pubblici Esercizi, Hellenic Bottling Company Sa, Illyssimo, Light, Lilia, Luci di Natale, Socib spa, Trudy, Zero

Titolo: Ricerche di mercato
- Codice PL-0409-007

Edizione: 4/2009

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/042009/PL-0409-007.pdf



Titolo: Osservatorio Multicanalità 2008 - "Aziende e consumatori: la multicanalità lascia o raddoppia?"

Edizione: 3/2009

Editore: Politecnico di Milano

Link:

www.largoconsumo.info/032009/OsservatorioMulticanalitàMipNielsenConnexia80-0309.pdf



Titolo: Dossier Eire: lo scenario immobiliare, i format e l'impegno verso la shopping experience di tutta la filiera

Edizione: 6/2009

Editore: Editoriale Largo Consumo

Link:

www.largoconsumo.info/062009/DOCEIRE2009-FieraRealEstateImmobiliare.pdf

Largo Consumo, fascicolo 2/2009, n° pagina 64, lunghezza 4 pagine

Tipologia: Articolo

Il day after dei rapporti con l'utente

Normativa: Anno chiave il per le modifiche alle regole delle informative commerciali. Dalla pubblicità ingannevole alle fidelity card i temi delle novità legislative. Tra le novità legislative il deve poi essere ricordato per l' art. ... bis nel Codice del consumo relativo all'azione collettiva risarcitoria. L'entrata in vigore della nuova disciplina è stata differita al . gennaio .. La class action è esperibile in conseguenza di illeciti di contratti "per adesione".

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Box: Le pronunce del Giuri
- La panoramica delle norme sulla comunicazione entrate di recente in vigore

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Bio Bottle, Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale, Direttiva 2005/29/Ce del Parlamento europeo e del Consiglio , Divieto del Garante 26 giugno 2008 , DI 2 agosto 2007 n. 145 , DI 2 agosto 2007 n. 146 , DI 6 settembre 2005 n. 206 , Gazzetta Ufficiale, Prescrizioni del Garante per la protezione dei dati 19 giugno 2008 , Pronuncia del Giurì di Autodisciplina n.54/2008 del 26/5/2008, Pronuncia del Giurì di Autodisciplina n.77/2008 del 22/7/2008, Pronuncia del Giurì di Autodisciplina n.86/2008 del 3/10/2008

Largo Consumo, fascicolo 1/2009, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

Nielsen con Poste Italiane per misurare il Direct marketing in Direct Mail

Notizie in corso: Nielsen, in collaborazione con Poste Italiane, annuncia la realizzazione del progetto integrato di rilevazione degli investimenti pubblicitari in Direct Mail. Per la prima volta Nielsen rende disponibili agli utenti della Banca Dati AdEx le informazioni relative a questo media. L'universo considerato riguarda i mailing indirizzati personalmente a destinatari domiciliati in Italia consegnati da Poste Italiane.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 1/2009, n° pagina 0, lunghezza 1/6 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

I nuovi volti delle lattine Pepsi

Si è chiuso il concorso "Be the Face" per scegliere i .. volti che saranno stampati su tutte le lattine di Pepsi del A supporto della promozione, è prevista una campagna di comunicazione web e radio per invitare il consumatore a partecipare. "Be The Face" fa parte della nuova strategia PepsiCo, basata su forme innovative e dinamiche di marketing con cui l'azienda intende avvicinarsi sempre di più ai giovani, suo target di riferimento privilegiato.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Be The Face, Mazda 2, PepsiCo

Largo Consumo, fascicolo 1/2009, n° pagina 75, lunghezza 1/8 di pagina - Estrapolazione da articolo

Tipologia: Breve

Carrefour, Coop Auchan e Conad combinano telefonia a marchio con lo scontrino

Tutte propongono piani tariffari combinati con un sistema di incentivo alla spesa. Informazione contenuta nell'articolo "Mobile è anche virtuale".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: -



Titolo: Sondaggio su carte fedeltà e raccolte punti
Edizione: 11/2007
Editore: Ipr Marketing
Link:
www.largoconsumo.info/112007/BRLC1107-StuRice.pdf

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/6 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Il portale che segnala i negozi più convenienti

E' stato attivato a Latina tamtamofferte.it, un portale rivoluzionario che permette alle famiglie di ottimizzare gli acquisti e realizzare risparmi da a euro l'anno. Il portale, infatti, informa su tutti i prodotti in offerta speciale, in promozione o sottocosto nella città: prima di andare a fare la spesa l'utente visita il sito (www.tamtamofferte.it) e sa in tempo reale quali negozi hanno i prezzi più convenienti o al minor prezzo.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: DotCom, tamtamofferte.it

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 39, lunghezza 1/4 di pagina - Estrapolazione da articolo

Tipologia: Breve

In Giappone carte fedeltà contro le sigarette ai minorenni ai distributori automatici

A partire dall'estate prossima in Giappone nessuno potrà comprare sigarette ai distributori automatici senza possedere la Taspo, una tessera sulla quale è anche possibile ricaricare credito, che memorizza gli acquisti effettuati dal proprietario della tessera. L'iniziativa promossa grazie all'intervento dell'industria del tabacco che ha speso per l'operazione ... milioni di dollari, il che ha fatto dubitare delle buone intenzioni della stessa. Info contenuta nell'articolo "Affari in fumo".

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: Japan Tabacco, Tabacco Institute of Japan, Taspo - Tobacco access passport

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 107, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Documenti

CMI. Comunicazione di Marketing Integrata

Biblioteca: CMI: nell'era della globalizzazione, in mezzo al mare magnum di dati e informazioni che ogni giorno inondano ciascuno di noi, due aspetti risultano di prioritaria importanza per l'azienda: la comunicazione di marketing e l'adozione di approcci di comunicazione che tengano conto delle nuove tecnologie informatiche e di un mercato che va approcciato in modo nuovo. E' un dato acquisito, infatti, che la comunicazione di massa abbia perso la sua efficacia.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Tecniche Nuove

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n° pagina 113, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

E-mail a caccia di clienti

Marketing: Internet, mezzo di comunicazione e di vendite dirette sempre più utilizzato. Non mancano strumenti per misurare l'efficacia di una campagna basata su posta elettronica. L'e-mail marketing è una strategia di marketing on-line basata sull'invio di e-mail promozionali, pubblicitarie, informative a un target mirato e qualificato. Può essere utilizzato per svariati obiettivi, dall'acquisizione di nuovi lead al rafforzamento del brand alla fidelizzazione della clientela.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [I top performer nell'e-mail marketing: gen.-giu. 2007 \(in %\)](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Buongiorno, Diennea, Fionda Maurizio, Kiwari, Marketing performance Report, Rivosecchi Marco, Upim

EDIZIONI
FrancoAngeli

Titolo: E osano chiamarci clienti. Dal disservizio alla truffa

Edizione: 3/2009

Editore: Franco Angeli

Link:

www.largoconsumo.info/032009/86-87.pdf

icteam
group

Titolo: Message activator

Edizione: 2/2009

Editore: IcTeam

Link:

www.largoconsumo.info/022009/88.pdf

Spazio pubblicitario disponibile

Per la segnalazione di Report, Studi, Documenti d'impresa e Comunicazioni aziendali di prodotto in questa rubrica:

Servizio Pubblicità e Comunicazione di impresa

E. mail:

pubblicita@largoconsumo.it

Largo Consumo, fascicolo 11/2008, n°pagina 115, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Rimborsi ai costi di immagine

Fisco: Spese di rappresentanza deducibili. Lo prevedono nuove norme che innalzano il valore esente da tasse dei piccoli gadget gratuiti per pubblicizzare l'azienda. Le spese sostenute per l'acquisto di beni destinati a essere gratuitamente distribuiti a scopo promozionale sono inquadrate tra le spese di rappresentanza, indipendentemente dal valore unitario di tali beni e a prescindere dal fatto che i beni rechino o meno simboli o altri segni atti a identificarli quali beni dell'impresa.

Table, grafici e box a corredo:

- La vecchia e la nuova disciplina a confronto

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Ministero dell'economia e delle finanze

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n°pagina 21, lunghezza 1/3 di pagina - Estrapolazione da articolo

Tipologia: Breve

L'importanza e il potenziale del direct mail sono sotto stimate

La ricerca ha evidenziato che il ..% delle famiglie riceve comunicazioni di marketing per posta. Questo medium sembra non essere percepito come eccessivamente intrusivo, fino a un limite di . comunicazioni al mese. Il tempo dedicato a esaminarle è tutt'altro che indifferente: intorno ai . minuti. E circa il .. % di esse spingono a un'azione. Informazione contenuta nell'articolo "L'avanzata di Internet e tv satellitare".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n°pagina 111, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Incentivo ai risparmi delle famiglie numerose

Un'iniziativa della Provincia di Milano rivolta alle famiglie numerose. E' quella che l'amministrazione si appresta a lanciare all'insegna di quella che viene denominata Family Card, una carta sconto ricaricabile a costi gestione praticamente zero, che, oltre agli acquisti, permette di maturare interessi attivi sulle somme risparmiate. Verrà inviata ai nuclei familiari formati da . o più componenti presenti sul territorio. Il modello è quello di una carta utile.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Family Card

Largo Consumo, fascicolo 10/2008, n°pagina 125, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Necrologi: Di Lello Francesco

E' scomparso Francesco Di Lello, l'inventore del "tre per due", la formula pubblicitaria più amata e usata degli ultimi .. anni. Di Lello, classe, ideò il celebre slogan per la Standa nel, applicandola inizialmente ai prodotti alimentari.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Di Lello Francesco, Standa

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

Paolo Barberini (Federdistribuzione): la gdo tutela il potere d'acquisto.

Notizie in corso: «La GDO da sempre tutela il potere d'acquisto delle famiglie. Ciò è stato vero in passato e lo è anche ora – afferma Paolo Barberini, presidente di Federdistribuzione -. Negli ultimi 4 anni a fronte di tariffe e bollette che sono cresciute complessivamente del 17,8% e di un'inflazione pari all'8,2% i prezzi nella DMO sono aumentati solo dell'1,8%. Anche quest'anno a fronte degli aumenti delle materie prime, i prezzi nei nostri punti vendita sono rimasti competitivi».

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n° pagina 85, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Sidis: 30 candeline e tanti ricchi premi

Compie .. anni Sidis del gruppo Interdis, insegna storica della gdo in Italia. I primi supermercati risalgono al, mentre il marchio che da subito contraddistingue una proposta di prodotti Sidis nasce nel, Attualmente conta oltre ... punti di vendita distribuiti sul territorio nazionale in .. Regioni, con un forte presidio nel Centro e Sud Italia. L'insegna si è subito caratterizzata per i prezzi accessibili: Sidis è, d'altra parte, acronimo di "sistema discount".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Bialetti, Bugs Bunny, Interdis, Santambrogio Giorgio, Sidis, Telefona e vinci

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n° pagina 93, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

La mitologia del Crm

Marketing: Perché si realizzi un vero sistema di relazione con il cliente bisogna che nell'impresa coesistano alcune condizioni organizzative. A partire da un customer database. ? Se si accetta la locuzione "sistema organizzativo" anziché pacchetto di software, bisogna che questo si concreti in qualche struttura o metodo di lavoro. Bisogna cioè che esistano strumenti in grado di consentire tanto il Crm analitico, l'analisi e strategia di gestione del portafoglio clienti, quanto il Crm operativo.

Table, grafici e box a corredo:

- Il rapporto tra investimenti e vendite
- [La piramide della profittabilità](#)
- La strategia del Crm

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Benckiser, Crm, Garth Halberg, I consumatori non sono tutti uguali, Mercurio Misura, Nestlè, Procter&Gamble, Unilever, Università di Parma

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n° pagina 97, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Primo bilancio dei saldi positivo

All'indomani della chiusura della stagione dei saldi estivi un primo bilancio positivo emerge dalle indicazioni di Confcommercio. L'organizzazione nazionale del commercio ha rilevato a luglio che il ..% dei consumatori ha già fatto o si trovava in procinto di fare i propri acquisti approfittando degli sconti. Dai titolari dei negozi emerge anche un preciso identikit dell'acquirente tipico, maschio, sotto i .. anni, single, lavoratore e residente nei centri minori del Nord Est e del Mezzogiorno.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Confcommercio

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n° pagina 109, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

[Una divisione per la loyalty](#)

IcTeam, realtà che opera nel campo dell'information e communication technology, ha creato una nuova divisione dedicata alla loyalty e al direct marketing sotto la guida di Antonio Votino. Si affianca all'offerta di servizi di system integration, soluzioni applicative e servizi in outsourcing, integrando all'approccio tecnologico tipico dell'azienda una profonda expertise nel campo del marketing relazionale. L'obiettivo è completare la proposta rivolta alla fornitura di sistemi e servizi.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: IcTeam, Votino Antonio

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

[Indagine sui saldi estivi 2008: leggera flessione per i negozianti](#)

Notizie in corso: Quasi il 60% dei consumatori ha già acquistato o sta per fare acquisti approfittando delle vendite in saldo. Ed è maschio, sotto i 45 anni, single, lavoratore e residente nei centri di ridotte dimensioni del Nord-Est e del Mezzogiorno l'identikit del consumatore maggiormente propenso a fare acquisti di merce a prezzo scontato.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n° pagina 30, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

[I segreti di una comunicazione efficace](#)

Comunicazione: Quali sono le regole per comunicare in modo efficace nel marketing e nella pubblicità? È opinione diffusa fra gli esperti di marketing relazionale, che le prime venti parole di un discorso o le prime tre righe di una lettera ne decidano il destino, che per la lettera è il cestino. La cattura dell'attenzione, la creazione di una disposizione mentale all'ascolto, l'esigenza di creare una situazione psicologica favorevole al dialogo, era chiamata dai latini "captatio benevolentiae".

Table, grafici e box a corredo:

- Come conquistare il consumatore

Allegati:

- [Leggi questo articolo](#)

Citati: Hopkins Claude, Mercurio Misura

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n° pagina 115, lunghezza 1/8 di pagina

Tipologia: Breve

[Premiazioni: Giovanna Maggioni, Upa \(Utenti pubblicitari associati\)](#)

Nell'ambito di Freccia d'Oro 2007 è andato a Giovanna Maggioni, direttore generale di Upa (Utenti pubblicità associati), il Premio speciale Augusta Giuliano con cui Assocomunicazione riconosce ogni anno una personalità distintasi per impegno e professionalità.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Assocomunicazione, Maggioni Giovanna, Premio speciale Augusta Giuliano, Utenti pubblicitari associati (Upa)

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n° pagina 141, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Talenti in gara per la cura della casa

Barcellona ha ospitato la finale dell' "Henkel Innovation Challenge" il business game internazionale rivolto agli studenti universitari [...] Oltre .. studenti hanno presentato i loro progetti e la migliore squadra di ciascun Paese è stata invitata dalla società a prendere parte alla finale internazionale.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Esade business school di Barcellona, Henkel, Henkel innovation challenge, Università Bocconi di Milano

Largo Consumo, fascicolo 7/2008, n° pagina 146, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Promomedia e Coralis rinnovano gli organigrammi

Profili e carriere: Francesco De Marco è stato nominato nuovo direttore commerciale di Promomedia, dopo aver maturato una forte esperienza nel mondo della gd e do e aver realizzato progetti di successo come responsabile marketing e comunicazione di Coralis [...], al suo posto è stato nominato è stato nominato Alain Mizrahi.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: Coralis, De Marco Francesco, Mizrahi Alain, Promomedia, Seimio, Spesattiva

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/16 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Riconoscimenti: Maggioni Giovanna

Nell'ambito di Freccia d'Oro è andato a Giovanna Maggioni, direttore generale di Upa (Utenti Pubblicità Associati), il Premio speciale Augusta Giuliano con cui Assocomunicazione riconosce ogni anno una personalità distintasi per impegno e professionalità.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Assocomunicazione, Freccia d'Oro 2007, Maggioni Giovanna, Premio speciale Augusta Giuliano, Upa (Utenti pubblicità associati)

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 156, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

La super come premio fedeltà

Carburanti: Dieci centesimi in meno il litro alle pompe dei centri commerciali. A beneficiarne le attività di fidelizzazione della gdo, ma il mercato non è ancora del tutto libero. I primi colpi al monopolio sono arrivati dai francesi. Da tempo allenati a gestire carburanti in patria, Carrefour, Auchan e E.Leclerc-Conad hanno fatto da rompighiaccio del sistema distributivo petrolifero nostrano con un'offerta calmierata a prezzi inferiori alle tariffe medie di ... centesimi.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **Box: Carrefour pioniere dei gestori**
- Box: La procedura d' infrazione
- **I punti di vendita di carburante nei principali paesi Ue: 2004**

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Assopetroli, Auchan, Carrefour, Conad, Confcommercio, Coop Centro Italia, E.Leclerc, Eni, Erg, Figisc-Anisa, Lusetti Mauro, Mazza Giovanni, Nordiconad, Pass Carrefour, Q8, Raggi Giorgio, Shell, Shell Italia, Siplec, Tamoil, Total, Unione Petrolifera

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 0, lunghezza n.d.

Tipologia: Breve

Centro Europeo Consumatori: più di 7000 le richieste di informazione

Notizie in corso: La Commissione europea e il Ministero dello Sviluppo Economico per meglio tutelare i consumatori negli acquisti e nei servizi transfrontalieri sono tra i promotori del Centro Europeo Consumatori Italia della rete Ecc-Net.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 5/2008, n° pagina 115, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Carte fedeli ma indiscrete

Le ispezioni dell'Authority per la garanzia della privacy hanno riscontrato una diffusa violazione del principio di pertinenza riguardo al tipo di dati richiesti al cliente per le carte fedeltà. In tutti i casi sottoposti a controllo, infatti, il rilascio della tessera fedeltà era subordinato alla compilazione di moduli in cui si dovevano indicare, oltre alle generalità, anche il titolo di studio, la professione, il numero dei componenti del nucleo familiare (con l'età e l'attività svolta).

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Marketing relazionale in sinergia

Epipoli, leader nel marketing relazionale, ha perfezionato l'acquisizione al ..% di Noustat, società di business intelligence che da oltre .. anni analizza e interpreta dati aziendali e sviluppa sistemi previsionali complessi. Per Maurizio Sanarico, presidente di Noustat, «Il nostro ingresso in Epipoli sviluppa potenzialità e sinergie enormi. Avremo maggiori opportunità di applicare i nostri innovativi modelli scientifici al servizio del marketing relazionale.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Epipoli, Giannetto Gaetano, Noustat, Sanarico Maurizio

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 99, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

CartaSi ed Eximia insieme per il contactless

CartaSi, con una partnership siglata con Eximia, leader nelle soluzioni Rfid e delle carte contactless, punta a un'ulteriore integrazione dei propri servizi di pagamento e di quelli offerti dalle carte private negli ambiti dei trasporti, della gestione degli accessi e dei programmi fedeltà. La tecnologia Rfid è stata lanciata per la prima volta dal gruppo CartaSi nel 2005.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: CartaSi, Eximia

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 107, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

I conti incerti della promozione

Promozioni: Il risultato economico, fattore chiave per il lancio di un prodotto. Eppure, secondo l'indagine Assocomunicazione poche imprese in Italia lo tengono presente. La valutazione del return on investment appare una necessità fortemente avvertita e in molte imprese, specie le multinazionali, la misurazione è ormai abituale. Il ..% del campione la ritiene utilissima e per il ..% deve svilupparsi molto di più per evitare sprechi. Ma c'è anche chi la considera poco affidabile (..%).

Table, grafici e box a corredo:

- [I media a confronto nella misurazione del roi \(in %\)](#)
- [L'influenza del roi della pubblicità sulle scelte di comunicazione \(in %\)](#)

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: AssoComunicazione, AstraRicerche, Barbieri Alessandro, Gfk, Iri, Nielsen

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 108, lunghezza 1/6 di pagina – Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

I media a confronto nella misurazione del ROI

Il ritorno sull'investimento in comunicazione tra diversi mezzi: imballaggi domestici (...%), pubblicità (...%), pubbliche relazioni (...%), promozioni (...%), web&mobile (...%), direct marketing (...%). Info contenuta nell'articolo "I conti incerti della promozione".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)
- [Visualizza questo elemento](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 4/2008, n° pagina 111, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Atteso un boom della comunicazione e-mail

Il sarà l'anno dell'innovazione degli strumenti di e-mail marketing, all'insegna di contenuti dinamici, tecniche di remarketing e messaggi di servizio. Lo afferma Experian, leader mondiale della business information e dei servizi per il marketing, che già nella seconda metà del ne ha rilevato il trend di crescita rispetto allo stesso semestre dell'anno precedente. In particolare si è evidenziato l'aumento del ...% delle campagne su contenuti dinamici, +..% delle azioni di remarketing.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Experian

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Fiera della mia casa

Torna "Fiera della mia casa", la grande iniziativa promozionale Reckitt Benckiser che unisce i brand più famosi del suo portafoglio: Vanish, Napisan, Lip Woolite, Air wick, Sole e Calfort. L'iniziativa prevede un premio per le consumatrici: basterà acquistare . prodotti di marche diverse da scegliere tra i grandi brand Reckitt Benckiser per vincere subito un film a noleggio nella catena di distribuzione Blockbuster.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Air Wick, Blockbuster, Calfort, Fiera della mia casa, Lip Woolight, Napisan, Reckitt Benckiser, Sole, Vanish

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina -
pubblicato on line

Tipologia: Breve

Aladino soddisfa i clienti UniEuro

UniEuro, con il servizio "Aladino, il prodotto che vuoi lo troviamo noi!", ha ribadito il proprio impegno nel garantire la miglior assistenza al consumatore nella scelta di un prodotto e la piena soddisfazione di ogni desiderio. Disponibile in tutti gli store UniEuro, con Aladino, se un cliente desidera un prodotto che non è disponibile presso un punto di vendita UniEuro, può rivolgersi al personale addetto che attiverà immediatamente la procedura per trovare il prodotto richiesto.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Aladino, Unieuro

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina -
pubblicato on line

Tipologia: Breve

Parmacotto scende in campo

Parmacotto promuove "Sport . you", l'originale concorso per assistere alle più belle ed emozionanti partite del campionato di calcio di Milan, Lazio e Napoli. Con la collaborazione di Sixandco (gruppo Full Six), sarà possibile vincere due esclusivi biglietti d'ingresso e seguire direttamente sul campo la propria squadra del cuore. Per partecipare basta collegarsi al sito www.parmacotto.com.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Full Six, Lazio, Milan, Napoli, Parmacotto, Sixandco, Sport 4 you

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 115, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

I soci Coop non ingrassano

E' partito il .. febbraio il concorso fotografico che ha come tema la rappresentazione dello "stile dei soci Coop" promosso da Coop Lombardia insieme all'agenzia fotografica Contrasto. La giuria, presieduta da Gianni Berengo Gardin, premierà i migliori scatti che saranno esposti, dal .. giugno, in una mostra allo Spazio Forma. I partecipanti avranno tempo fino al .. maggio per inviare le loro fotografie. I premi in palio sono offerti da Coop, Bonolattours e Canon, partner dell'iniziativa..

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Berengo Gardin Gianni, Bonolattours, Canon, Contrasto, Coop, Coop Lombardia, Giuliano Mireille, Le francesi non ingrassano

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 133, lunghezza 3 e 1/3 di pagina

Tipologia: Articolo

Il predominio del volantino

Pop: Depliant e coupon sono gli assi nella manica della grande distribuzione organizzata: offrono la possibilità di mirare a un target preciso usando anche il geomarketing. Un percorso strategico che comincia con il classico volantino promozionale con cui l'insegna invita il cliente sul punto di vendita, prosegue all'interno del negozio dove il consumatore viene informato attraverso il materiale Pop e prosegue su Internet, efficace mezzo di contatto ma in Italia non ancora di fidelizzazione.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Box: Il negozio multimediale

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Altavia Italia, Anad, Arbe Industrie Grafiche, Auchan, Bertolini Riccardo, Borri Emanuele, Carrefour, Cassini Cristiano, Chaecksolution, Check Post, Check Promotion, Cohen Alberto, Comelli Leonardo, Coop, Di Cola Denny, Endrigo Chiara, Esselunga, Finiper, Gamberini Raffaele, Gnani Riccardo, I&B, Ikea, Inplace, Kiwari, Lidl, Liguori Michele, Lorien Consulting, McLuhan, Mcube, Prandolini Silvio, Promoworld, Queen, Rivosecchi Marco, Sisma By Biesse, Skyrec, Stucchi Oscar, Studio Stands, Tutto bimbi, Tnt Post, Tosi Danilo, Tosoni Angelo, Tutto scuola, Upim, Valassis, Visual Display

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 135, lunghezza 1/6 di pagina – Estrapolazione da articolo

Tipologia: Breve

Upim e l'uso dell'email

A fine luglio 2007, Upim ha contattato via email i propri clienti possessori di carta proponendo un questionario sulle loro preferenze di acquisto, terminato il quale c'era la possibilità di scaricare un buono sconto del ..% spendibile in Upim su qualsiasi prodotto di abbigliamento. Al lungo questionario hanno risposto .. mila persone, il ..% di chi aveva aperto la mail. Info contenuta nell'articolo "Il predominio del volantino".

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Vai all'articolo che contiene questa informazione](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 167, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Alla Business Unit di Comdata

Profili e carriere: Comdata ha nominato Marco Bilghese alla direzione della nuova Business Unit Energy & Utilities che avrà il compito di veicolare nel settore l'innovativa offerta del gruppo, soluzioni e servizi per la gestione dei processi di business delle grandi organizzazioni. Bilghese coordinerà una struttura di specialisti portando con sé tutte le competenze che ha sviluppato nel settore grandi clienti grazie anche alle precedenti esperienze professionali.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Bilghese Marco, Comdata, Hewlett-Packard, Ibm

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Necessaria integrazione fra servizi online e sportello

Fujitsu Services ha svolto una ricerca su clienti di servizi finanziari retail in Europa. Ne emerge che i consumatori chiedono servizi via web integrati con il contatto personale presso gli sportelli. Per l'assistenza, il ..% ha affermato di preferire il canale online; il ..% il contatto diretto; il ..% i call center. I servizi mobili (Internet o mms) il ..%. Alla domanda su che cosa determini la fiducia, il ..% ha indicato un'esperienza soddisfacente grazie all'automazione dei servizi.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Fujitsu Services

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/6 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Un premio alla cura domestica

Fiera della mia casa è l'iniziativa promozionale che unisce i brand più prestigiosi del portafoglio Reckitt Benckiser: Vanish, Napisan, Lip Woolite, Air Wick, Sole e Calfort, protagonisti di un concorso che regala un premio immediato alle consumatrici. Basta acquistare i prodotti di marche diverse fra questi brand per vincere un film a noleggio nella catena Blockbuster. Lo si potrà scegliere e noleggiare presentandosi nel mese di marzo con lo scontrino e i tagliandi nei negozi Blockbuster.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Air Wick, Blockbuster, Calfort, Fiera della mia casa, Lip Woolite, Napisan, Reckitt Benckiser Italia, Sole, Vanish

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Cambia fornitore un italiano su cinque

Pitney Bowes Group ha pubblicato una ricerca (su un campione rappresentativo di oltre consumatori con questionario telefonico e via e-mail) secondo cui i tassi di abbandono dei clienti nelle principali industrie al consumatore italiane è stato del ...,% nel In Europa, l'Italia è terza, dietro Regno Unito (...%) e Spagna (...%), superando ogni altro Paese e gli Stati Uniti. Questo significa che, ogni anno, quasi un italiano su . cambia di regola fornitore.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- [L'abbandono di fornitori e i motivi: 2007 \(in %\)](#)

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Pitney Bowes Group

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 26, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Produttori e distributori al bivio

Strategie: L'evoluzione degli scenari distributivi impone a produttori e distributori di rivederle in un'ottica di partnership commerciale. Il mondo distributivo in Italia continua la sua rivoluzione: mentre la grande distribuzione si rafforza privilegiando forme innovative - grandi superfici specializzate e centri commerciali - nel canale tradizionale si assiste a una crescita degli esercizi commerciali del no-food (+...% negli ultimi . anni) e a una contrazione nel settore alimentare.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Come viene percepita la promozione
- Lo schema consumatore/mercato/trade

Allegati:

- [leggi questo articolo](#)

Citati: Ceccarelli Pims

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 111, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

Esselunga: nuova versione di carta di credito fidelity

Rinnovamento radicale per la carta di credito fidelity creata da Esselunga per i suoi clienti, che consente di accumulare punti premio per gli acquisti presso i supermercati (un punto ogni .. centesimi a partire da . euro), che può essere utilizzata anche al di fuori dei punti di vendita Esselunga. Nella nuova versione, la carta di credito sostituisce la definizione Oro con Fidelity Plus; è emessa da BankAmericard (prima era CartaSi) e ha abbandonato il circuito Visa per passare a MasterCard.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: BankAmericard, CartaSi, Esselunga

Largo Consumo, fascicolo 2/2008, n° pagina 145, lunghezza 1/7 di pagina

Tipologia: Breve

Comdata Care scopre gli assi

Comdata Care, neo costituita azienda del Gruppo Comdata specializzata nei servizi di supporto alla gestione del cliente, ha nominato Andrea Tonoli e Alessandro Varotto alle cariche rispettivamente di amministratore delegato e di direttore generale. Tonoli continua peraltro a mantenere il proprio ruolo di direttore business unit Telco e utilities di Comdata, carica ricoperta fin dal E' laureato in ingegneria elettronica e ha conseguito un master in information technology al Politecnico.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Coin, Comdata Care, Elitel, Politecnico di Milano, Stevens Institute of Technologu di New York, Telco, Tonoli Andrea, Università Cà Foscari di Venezia, Varotto Alessandro, Vodafone Italia

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 0, lunghezza 1/6 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

I call center appesi a un filo

Un sondaggio effettuato in Gran Bretagna da Experian ha rivelato che più dell'..% dei consumatori è stanco di chiedere informazioni e assistenza a call center dotati di sistemi computerizzati, che obbligano a seguire procedure rigide e predefinite. L'indagine ha rilevato che solo il ..% di chi contatta aziende con sistemi di risposta automatizzati risolve il problema alla prima chiamata. L'..% della clientela continua a cercare il contatto via telefono cercando di parlare con qualcuno.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Experian, Painter Duncan

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 108, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Almaverde Bio regala viaggi

Continua fino al .. aprile il concorso "Viaggia come mangi" di Almaverde Bio. Con l'acquisto di un qualsiasi prodotto del marchio biologico sarà possibile vincere: .. week-end per . persone presso prestigiosi centri termali in Emilia Romagna e in Toscana e in Sicilia e Sardegna e un soggiorno di . settimana per . persone alle Terme di Merano, paradiso termale altoatesino. Per partecipare al concorso basta inviare . codici a barre ritagliabili dalle confezioni e dalle etichette dei prodotti.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Almaverde Bio, Viaggia come mangi

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 108, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Vai a sciare con Sant'Anna

Torna anche per la stagione invernale-.... l'operazione Ski Card promossa da Acqua Sant'Anna. Raccogliendo .. prove d'acquisto delle confezioni da . bottiglie da .. litri, si ha diritto a ricevere la tessera Sant'Anna Ski Card che dà accesso a particolari sconti e promozioni nelle . località sciistiche coinvolte dall'iniziativa: Bardonecchia, Breuil Cervinia e Adamello Ski. La card permette di avere uno ski pass gratuito all'acquisto di un giornaliero a tariffa intera.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa notizia](#)

Citati: Acqua Sant'Anna, Adamello Ski, Bardonecchia, Breuil Cervinia

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 0, lunghezza 2 pagine - pubblicato on line

Tipologia: Articolo

Ok, il prezzo è giusto

Pricing: secondo una ricerca su aziende operanti nei beni di Lc non durevoli solo il ..%, e il ..% delle ... produttrici di beni di Lc durevoli, richiede un prezzo in linea con il valore che il cliente associa al prodotto; circa ./ sceglie posizionamenti superiori al valore della propria offerta e quasi il ..% chiede ai clienti un prezzo inferiore a quanto sarebbero disposti a riconoscere. Il Customer-Value-Based Pricing è una metodologia che permette di determinare il prezzo corretto.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **Il ROI rapporto fra prezzi e prestazione (in %)**
- **La mappa del valore**

Allegati:

Citati: Banca dati Pims, Ceccarelli Pims, Ceccarelli spa, Ultracolor

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 0, lunghezza 1 pagina - pubblicato on line

Tipologia: Articolo

Fare business con l'e-mail

Direct marketing: Nel Btb la redemption di una campagna è il primo passo per la creazione di una rete di nuovi clienti con cui fare affari. E nel marketing diretto la comunicazione e-mail sta soppiantando quella tradizionale via posta e telefono. L'evoluzione della quota pubblicitaria di Internet presenta un trend in crescita, in Italia con tassi di incremento superiori al ..% nel cui corrisponde un bacino di utenza di quasi un milione e mezzo di aziende investitrici e potenziali clienti.

Tablette, grafici e box a corredo:

- I fattori di successo dell'e-mail marketing

Allegati:

Citati: Adico, Astra-Airesis, B2B, B2C, Cimino Michele, Interconsult, Ricci Roberto, Upa

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 0, lunghezza 2 pagine - pubblicato on line

Tipologia: Articolo

Il valore aggiunto delle promozioni

Promozioni: La vendita promozionale rappresenta larga parte del fatturato dei retailer. Il suo peso oscilla tra il .% per il canale supermercati e il .%-.% per il canale ipermercati. Inoltre parecchi retailer hanno intensificato il numero di promozioni, introducendo campagne a tema e frequenze bisettimanali per stimolare i propri consumatori o attrarne di nuovi.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Esempio di analisi dinamiche di mercato su due leve commerciali
- Matrice dei risultati promozionali
- Metodologia di retail promotion optimization

Allegati:

Citati: Booz Hallen Hamilton

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 26, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Tabella o Grafico

La ripartizione degli investimenti tra i diversi mezzi pubblicitari: 2008 (in mln di euro e var %)

Nell'area delle Promozioni, delle Relazioni Pubbliche, delle Sponsorizzazioni, della pubblicità on line e altre voci. Info contenuta nell'art "Promozione di nuovo protagonista" su Lc 12/2007.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Vai all'articolo che contiene questa informazione**
- **Visualizza questo elemento**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 115, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

La gruccia diventa mezzo pubblicitario

I clienti di lavanderie, lavasecco, tintorie, ben ... milioni di italiani, sono fedeli e assidui frequentatori con una cadenza di . visite al mese. Si tratta di un enorme potenziale di contatti, individuato e profilato da una ricerca che DirectMedia mette a disposizione delle aziende grazie a un inedito media: la gruccia. In realtà si tratta di un appendi abiti speciale, rivestito con cartoncino plastificato e sagomato, la misura standard offre una superficie bifacciale di ..x.. cm.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: DirectMedia

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 117, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Tanti premi ai consumatori Almaverde

Viaggia Come Mangi è il nuovo concorso che Almaverde Bio ha lanciato in abbinamento all'acquisto dei propri prodotti. Numerosi i premi in palio, da .. weekend per due persone presso rinomati centri termali in Emilia Romagna e in Toscana e incantevoli località delle coste siciliane e sarde, fino al superpremio finale che consiste in un soggiorno di una settimana per . persone presso le Terme di Merano, paradiso termale altoatesino. . Per partecipare è sufficiente ritagliare . codici a barre.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Almaverde Bio

Largo Consumo, fascicolo 11/2007, n° pagina 29, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

Commiato: Filippo Genzini

Dopo otto anni di proficua collaborazione, le strade di Catalina Marketing e di Filippo Genzini, amministratore delegato della filiale italiana, si separano. Genzini entra a far parte della squadra dell'istituto di ricerche Dinamiche.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Catalina Marketing, Dinamiche, Genzini Filippo

Largo Consumo, fascicolo 11/2007, n° pagina 103, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

Call center, in bilico 30.000 posti di lavoro

Gli addetti dei call center sono in allarme. Il garante della privacy Francesco Pizzetti è intervenuto per l'attuazione a breve termine della regolamentazione degli operatori del settore. Nell'occasione ha richiamato all'ordine operatori quali Fastweb, Wind, Tiscali, Tele. e Telecom. Il problema verte sul fatto che i call center martellano gli utenti con l'uso non corretto dei numeri telefonici. Le aziende operatrici parlano di circa ..-..... addetti che potrebbero essere a rischio.

Tablette, grafici e box a corredo:

- **I numeri di Assocontact**

Allegati:

Citati: Assocontact, Cos Almagiva, Fastweb, Gepin, Pizzetti Francesco, Tele2, Telecom, Telecontatto, Telework, Tiscali, Trascom, Visian, Wind, Worldwide

Largo Consumo, fascicolo 10/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Fidelizzazioni: a breve più efficaci

Cambiano i tempi e la spesa degli italiani e le formule promozionali si adeguano. Il nuovo trend si chiama operazioni di breve: programmi fedeltà che rappresentano il ..% del mercato della fidelizzazione nei supermercati e che crescono del ..% ogni anno. Caratteristica principale di queste operazioni è di non sostituire il catalogo annuale ma di arricchirne l'offerta. Nascono per aumentare lo scontrino medio un punto vendita in determinati periodi o aumentare la frequenza di visita e acquisto.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Figliuzzi Bruno, The Continuity Company

Largo Consumo, fascicolo 10/2007, n°pagina 155, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

La qualità delle relazioni come chiave del successo

Tecnologie e gdo: Il ruolo dei sistemi informativi integrati nell'empowerment del personale a contatto con il cliente. Un modello per svilupparne le risorse. Sviluppandolo l'azienda diventa in grado di conoscere i bisogni di ogni cliente, la loro evoluzione nel tempo, è quindi in grado di anticiparli e di crearne di nuovi, di stimolare delle aspettative. Ne sono presupposti innovare il servizio distributivo e cogliere attraverso le risorse di front-line i segnali deboli che il cliente invia.

Tabelle, grafici e box a corredo:

- Il potenziamento delle risorse di vendita attraverso sistemi informativi integrati

Allegati:

Citati: Bloch Arthur, Crm, MasterTeam

Largo Consumo, fascicolo 10/2007, n°pagina 157, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

Inventori di nuovo alla prova con Henkel

Tutti gli inventori desiderosi di realizzare le proprie idee hanno una possibilità: "Henkel Innovation Trophy – Partners in innovation" è la seconda edizione del concorso organizzato da Henkel, gruppo da sempre impegnato nell'innovazione, che intende dare visibilità e opportunità commerciali all'inventore in grado di avanzare la proposta più geniale e creativa. Tutti gli inventori indipendenti possono proporre design registrati, modelli di utilità e brevetti per prodotti e sistemi produttivi.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Henkel, Henkel Innovation Trophy - Partners In Innovation

Largo Consumo, fascicolo 10/2007, n°pagina 184, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

Le Cartoniadi promuovono Macerata

Macerata ha vinto le Cartoniadi marchigiane indette da Comieco in collaborazione con la Regione Marche. La competizione ha visto impegnati i quattro Comuni di Ancona, Fano, Fermo e Macerata in gara per la raccolta differenziata di carta e cartone. La città vincitrice è riuscita, in un mese, a raccogliere ... tonnellate di carta e cartone incrementando del ...% rispetto allo stesso periodo del Il primo premio stanziato da Comieco sarà impegnato per l'acquisto di cestini salvacarta.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Comieco, Montalbetti carlo, Ospedale Salesi di Ancona

Largo Consumo, fascicolo 9/2007, n°pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Nuovi frigoriferi: sconti fino a 200 euro

Ancora qualche mese per poter usufruire dello sconto se si sostituisce il frigorifero. Infatti, l'articolo .., comma ... della legge .../.... prevede che per le spese documentate, sostenute entro il .. dicembre, per la sostituzione di frigoriferi e congelatori con apparecchi di classe energetica non inferiore ad A+ spetti una detrazione dell'imposta lorda per una quota pari al ..% degli importi rimasti a carico del contribuente fino a un valore massimo di ... euro per ciascun apparecchio.

Tabelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 9/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Pam Supermercati lancia il portale tecnologico

Il Gruppo Pam ha lanciato il portale nella tecnologia che consentirà a tutti i possessori della Carta fedeltà Pam di avere accesso on-line a offerte di tecnologia a prezzi competitivi e sempre aggiornati. Grazie a questa iniziativa, la clientela dei supermercati Pam registra la propria carta fedeltà sul portale, controllando il saldo dei punti raccolti e può usarli immediatamente per scegliere un premio tra i tanti prodotti tecnologici proposti (elettrodomestici, telefonia, hi-fi, tv ecc.).

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Pam, Solinas Luisa

Largo Consumo, fascicolo 9/2007, n° pagina 178, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

I proletari del call center

Call center: Si parla molto della situazione degli operatori, precari per eccellenza, che in Italia avrebbero raggiunto la cifra di persone in oltre mille aziende; il .. % di loro soffrirebbe di cefalee e malesseri vari. La pretesa che le società possano assumere queste persone non ha alcuna probabilità di successo. Ma prima ancora chi ha mai spiegato loro che il lavoro non consiste nello stare al telefono ma nell'essere titolari, sia pure per qualche minuto, della relazione col cliente?

Table, grafici e box a corredo:

- **La situazione dei call center in Italia**

Allegati:

Citati: Asl, Corriere della Sera, Crm, Il Giornale, Inail, Italia Oggi, Mercurio Misura, Motta

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 0, lunghezza 1 pagina - pubblicato on line

Tipologia: Articolo

Slot machine: una cascata di successi

Gioco d'azzardo: Tra .. e .. anni e tra i .. e i .., di ogni categoria sociale, con una leggera prevalenza di donne. E' il target dei giocatori delle cosiddette NewSlot, gli apparecchi da intrattenimento con vincite in denaro: costo della giocata .. centesimi di euro, vincita massima .. euro, percentuale di restituzione ..% in un ciclo di partite, durata media di ogni partita .. secondi. Per contrastare illegalità e irregolarità, Aams e Fipe hanno lanciato il programma "Bollino NewSlot".

Table, grafici e box a corredo:

- **La raccolta monetaria nel settore dei giochi: 2004-2006 (in euro)**

Allegati:

Citati: Aams (Amministrazione Autonoma dei monopoli dello Stato), Agicos (Agenzia giornalistica concorsi e scommesse), Bingo, Bollino NewSlot, Fipe, Gratta&Vinci, I19, Lotto, Superenalotto, Totip, Totocalcio, Totogol

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina - pubblicato on line

Tipologia: Breve

Pagare la spesa a fine mese con Pago Crai

Pago Crai è il progetto Crai che rappresenta un innovativo sistema di fidelizzazione del cliente e, al tempo stesso, un'importante operazione di co-marketing con gli istituti bancari. Infatti, il nuovo sistema di pagamento elettronico offre al consumatore la possibilità di posticipare il pagamento della spesa effettuata nei punti vendita Crai che fanno riferimento al cedis Nealco. Il servizio è gestito da Qn Financial services.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Crai, Nealco, Pago Crai, Qn Financial services

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 0, lunghezza 1/5 di pagina -
pubblicato on line

Tipologia: Breve

In Polinesia per un supercompleanno

C'è tempo dal . giugno al .. settembre per partecipare al nuovo concorso Bavaria Time Travel Birthday che la nota marca di birra olandese dedica ai festeggiamenti di compleanno. Il premio consentirà al fortunato vincitore di festeggiare il suo compleanno per due volte nello stesso giorno, in compagnia di . suoi amici in due paradisiache incontaminate isole della Polinesia, Tonga e Samoa, che pure essendo vicine geograficamente hanno una differenza di fuso orario di .. ore l'una dall'altra.

Tablelle, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Bavaria, Bavaria Classica, Bavaria Premium, Concorso Bavaria Time Travel Birthday

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 99, lunghezza 3 pagine

Tipologia: Articolo

Concentrati sugli eventi

Promozioni: Il anno positivo per le promozioni con un incremento degli investimenti del ..% rispetto al I motivi stanno in una comunicazione che si sta modificando con una crescente importanza del marketing relazionale e le centrali media oggi devono inserire d'autorità gli eventi, il web, il telefonino, il punto di vendita: gli investimenti in comunicazione vanno per il ..% all'advertising classico e il rimanente agli altri media. Di questi la promozione detiene un ..%.

Tablelle, grafici e box a corredo:

- Box: Promozioni a go go

Allegati:

Citati: Al Decimo Bollino vinci il Trentino, Amsa Milano, Astra, Cevoli Paolo, Dipardi, DJ Albertino, Festival del Cinema di Venezia, Fma, Giorgio Arcangeli, Golden Lady, Grigolli Luca, Henkel General, Il futuro della pubblicità, Jakala Promoplan, Maruca Paolo, Melinda, Mulino Bianco, Nokia, Perlana, Procter&Gamble, Promotions Italia, Pulimilano, Sciacca Mario, Sky, Sony Vaio, Tequila Italia, Umbria Jazz, Zelig

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 103, lunghezza 3 Pagine

Tipologia: Articolo

Una creatività in cerca di identità

Direct marketing: Il one-to-one si evolve da contatto diretto a sofisticato sistema di gestione del database. Troppi gli ostacoli normativi. La ricerca "Il futuro della pubblicità" condotta da Astra/Airesis per conto di Upa accredita il direct marketing di un investimento superiore del ..% rispetto al, e per il prevede il +..%. Ma al di là di queste cifre, sulla situazione attuale del mercato pesano le conseguenze di una normativa e di una legge sulla privacy molto restrittive.

Tablelle, grafici e box a corredo:

- Box: Fidelizzazione nel largo consumo (alcuni casi studies in atto)
- I motivi della crescita del direct marketing
- **I vantaggi del mail advertising (in %)**

Allegati:

Citati: Aidim, Airesis, Astra, Belotti Federico, Bottega Verde, Cemit Interactive Media, Consodata, Dixan, Editrice La Scuola, Fisher Price, Fondazione onlus L'Albero della vita, Garante della Privacy, Giffoni film festival, Inventa Cpm, Istat, Lever Fabergé, Lifestyle Database, Magaraci Antonio, Malgara Giulio, Mellin, Microtarget, Mondadori, Omnitarget, Planta Mirko, Promotion Expo, Rbs, Schiavo Elio, Seat Pagine Gialle, Upa (Utenti Pubblicità Associati)

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 119, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

A Henkel 4 premi al Mercury Awards

Henkel, azienda leader a livello mondiale nel settore dei detersivi e prodotti per la pulizia della casa, cosmetici e igiene personale e adesivi ha ottenuto quattro importanti riconoscimenti alla ..° edizione dell'International Mercury Excellence Awards. Dal il Mercury Awards premia ogni anno le aziende che si sono distinte in diversi settori della comunicazione professionale.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: 20° edizione dell'International Mercury Excellence Awards, Henkel

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 122, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Breve

Basta con le telefonate promozionali

Sull'elenco telefonico, vicino al vostro nome, compare il simbolo di una cornetta? La maggior parte dei nostri connazionali non ha detto sì a nessuna esplicita richiesta. Risultato: .. provvedimenti, di cui .. risolti a favore dei consumatori, per sanzioni pari a euro. A partire dal .. il pressing telefonico deve cessare, se il consumatore non ha dato un apposito consenso.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Fastweb, Garante della Privacy, Tele2, Telecom, Tiscali, Wind

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 96, lunghezza 1/4 di pagina

Tipologia: Breve

La redditività del retail secondo Pitney Bowes

Secondo lo studio redatto dalla società di comunicazione Pitney Bowes, il commercio al dettaglio italiano sviluppa il più alto livello di profitto per consumatore rispetto alle altre nazioni dell'Ue. Il parametro, che nel nostro Paese raggiunge in media euro per cliente, ha una valenza strategica per gli investitori, in quanto consente di quantificare l'efficienza di una società in relazione alla generazione di profitti e alla creazione di valore per gli azionisti.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Pitney Bowes

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 107, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Dentro al servizio clienti

Il costante incremento del valore dei servizi di crm riflette l'importanza assegnata dalle aziende alla gestione delle relazioni con i clienti come strumento per accrescere il business. Esempio il caso DaimlerChrysler Servizi Finanziari, impegnata in numerosi progetti finalizzati ad aumentare l'efficienza operativa delle funzioni che erogano i servizi (customer service, dealer contact, phone collection, help desk ecc.) intervenendo sui processi e sull'infrastruttura tecnologica di supporto.

Table, grafici e box a corredo:

- **Il ruolo del crm (in %)**

Allegati:

Citati: Chrysler, Daimler-Chrysler, Dodge, GE Money, General Electric, Jeep, Mastercom, Maybach, Mercedes-Benz, Scalmato Guido, Setra, Smart

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 128, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Articolo

Investimenti per regalo

Dai risultati della quinta indagine di mercato condotta da Cra per conto di Promotion Magazine e Assoprom emerge che il ..% delle aziende non investe in attività promozionali di contro a un ..% che spende mediamente euro l'anno in tale attività. Gli operatori economici che investono sono in prevalenza legati ai servizi finanziari (il ..%). L'..% delle aziende preferisce i regali aziendali, il ..% le pto, il .% le operazioni con premio immediato, il .% operazioni legate alla fidelity.

Table, grafici e box a corredo:

- **Le tipologie di articoli acquistati in relazione alle circostanze**
- **Le tipologie di articoli promozionali e oggetti pubblicitari acquistati (in %, risposte multiple)**

Allegati:

Citati: Assoprom, Cra Customized Research & Analysis, Nielsen, Ops-Promotion Magazine, Promotion Magazine

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 128, lunghezza 1/5 di pagina.

Estrapolazione da articolo

Tipologia: Tabella o Grafico

Le tipologie di articoli promozionali e oggetti pubblicitari acquistati (in %; risposte multiple)

Promozioni: La rappresentazione degli articoli promozionali per la clientela acquistati dalle aziende dell'industria, della distribuzione e dei servizi finanziari tra: generi alimentari, cartoleria e cancelleria, abbigliamento, elettronica di consumo, articoli per il tempo libero e casalinghi.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Visualizza questo elemento**
- **Questa è una estrapolazione. Vai all'articolo che contiene questa informazione**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 132, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Articolo

Quattro passi nel "below the line"

Sono sempre più numerose le aziende che in Italia fanno comunicazione attraverso le attività di "below the line" (le promozioni, il marketing diretto, le sponsorizzazioni, le pubbliche relazioni, il sampling, i volantini, il web, il telemarketing ecc.) perché sono relativamente meno costose, consentono di raggiungere target più mirati e spesso risultano più efficaci utilizzando canali meno affollati dei media classici. Inoltre i ritorni d'investimento sono misurabili in maniera più precisa.

Table, grafici e box a corredo:

- **Gli investimenti in iniziative di comunicazione: previsione 2006 (in milioni di euro)**

Allegati:

Citati: Assirm, Cealti Massimo, Coca-Cola, Giochi Olimpici Invernali di Torino

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 133, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Assegnato il premio freccia d'Oro del direct marketing

Il Premio Freccia d'Oro del direct marketing, organizzato da AssoComunicazione, ha celebrato a Milano la sua ...a edizione. Nel corso della serata sono stati assegnati i riconoscimenti alle migliori campagne di direct marketing realizzate nel corso del La manifestazione, che rappresenta l'evento più significativo del direct marketing nel nostro Paese, ha raggiunto quest'anno un record di iscrizioni con ben ... campagne.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Premio Freccia d'Oro del direct marketing

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 135, lunghezza 1/6 di pagina

Tipologia: Breve

Un concorso per diventare ambasciatore dello Champagne

Sono aperte le iscrizioni al terzo Concorso europeo ambasciatori dello Champagne, indetto dal Cive (Comité interprofessionnel du vin de Champagne) e rivolto a sommelier, enologi, docenti degli istituti alberghieri pubblici o privati e a quanti operano nel mondo della formazione. In Italia la finale si svolgerà in settembre a Milano e in ottobre il vincitore sarà invitato a disputare la finale europea davanti a una giuria internazionale a Epernay.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

Citati: Cive (Comité interprofessionnel du vin de Champagne), Concorso europeo ambasciatori dello Champagne

COMUNICAZIONE DI IMPRESA:

Largo Consumo, fascicolo 5/2009, n° pagina 83, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Guida sicura: un concorso Clausthaler Analcolica

Spot: Clausthaler, un brand di Radeberger Gruppe KG, è una birra analcolica dal gusto inconfondibile di una vera birra: un'unicità di combinazione che solo Clausthaler è riuscita a ottenere.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Clausthaler Analcolica, Clausthaler gioca e vinci Guida Sicura, info@radeberger.it, Radeberger Gruppe Italia spa, Radeberger Gruppe KG, Volkswagen, www.clausthaleranalcolica.it, www.radeberger.it

Largo Consumo, fascicolo 4/2009, n° pagina 12, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

Diennea - Gli strumenti, l'esperienza, la professionalità e il servizio per un approccio moderno al marketing digitale

I Profili: Diennea è specializzata nei servizi e nelle tecnologie per la comunicazione e il marketing digitale. Il suo core business è MagNews™, piattaforma tecnologica ideata per generare e veicolare newsletter e gestire campagne di e-mail marketing.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Box: MagNews: potente e versatile
- Box: Una realtà in evoluzione
- Il modello concentrico

Allegati:

- [leggi questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Atm - Azienda trasporti milanesi, Autostrade per l'Italia, Bmw, Brouillard Fabien, Business International, Campanile Loredana, Canon Italia, Diennea, Dolce&Gabbana, Ducati Motor Holding, Email Experience Council, Facoltà di Ingegneria dell'Università di Bologna - Department of Management, Fastweb, Fionda Maurizio, Interactive advertising bureau, MagNews, Maserati, Masini Fabio, Nielsen, Philips, Vodafone, Web Analytics Association

Largo Consumo, fascicolo 3/2009, n° pagina 43, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

COMPO Agricoltura - Gesal: una nuova immagine e un grande concorso per crescere anche nel 2009

Focus: Gesal è il marchio che offre da .. anni una vasta gamma di prodotti per la nutrizione e la cura delle piante e ancora oggi vanta la più alta notorietà sul mercato italiano (ndr, Indagine Doxa –).

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa comunicazione di impresa](#)

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 3/2009, n° pagina 80, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

Osservatorio Multicanalità 2008 - "Aziende e consumatori: la multicanalità lascia o raddoppia?"

I Convegni: Prosegue la crescita della domanda di multicanalità da parte dei consumatori italiani: è il trend emerso dall'Osservatorio Multicanalità 2008, i cui dati sono stati illustrati nel corso del convegno "Aziende e consumatori: la multicanalità lascia o raddoppia?", tenutosi presso il Politecnico di Milano, lo scorso 29 gennaio.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione d'impresa](#)

Citati: Affinion International, Assocomunicazione, Bcc Multimedia, Connexia, DraftFCB, Fater, Ferrari Giorgio, Ferri Andrea, Ibm Italia, Information management Solutions, InG Directustria Francese, InPlace, Internet e Mobile, Ippolito Salvatore, Largo Consumo, MagNews, Mangiarotti Enrico, Microsoft Advertising, Navteq, Nielsen, Nielsen Online, Noci Giuliano, Nodari Nicola, OMD, Online Community Vodafone Lab, Osservatorio Multicanalità 2008, Papini Cristina, Plantronics, Politecnico di Milano, Schibsted Classified Media, School of Management, Seat Pagine Gialle, Secondamano.it, Vodafone Italia

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 82, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

Fujitsu Services - Ancora più efficiente la customer experience con la nuova offerta dedicata al retail

I Profili: CRM, promozioni e checkout, Fujitsu Services, una delle società di servizi IT leader in Europa, presenta la rinnovata serie di prodotti e servizi appositamente studiata per rispondere alle esigenze della media e grande distribuzione.

Table, grafici e box a corredo:

- Box: Soluzioni per il Checkout
- Box: Soluzioni per il CRM e le promozioni
- Box: Soluzioni per il Middle e Back Office
- Box: Soluzioni per la comunicazione e l'interazione con la clientela

Allegati:

- [leggi questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Crm Fujitsu, Fujitsu Services, GlobalSTORE, Loss Prevention, Loyalty Manager, Magicmirror, Marketing Intelligence, Olcas - Online Customer Advantages System, Queue Buster, Self Checkout U-Scan Genesis, Self Scanning, Soluzioni Mobile, StoreCENTER, Thebigspace, TP TRIO, Tp-X

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 94, lunghezza 1/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Norda - HP e Norda presentano la promozione "Bevi e stampa"

Spot: HP e Norda presentano la promozione "BEVI e STAMPA". L'operazione mette in palio per i consumatori di acqua Norda la stampa gratuita di .. fotografie attraverso il portale "Snapfish by HP".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [leggi questa comunicazione di impresa](#)

Citati: Bevi e stampa, HP, Norda, Snapfish by HP

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 100, lunghezza 1/3 di pagina - Estrapolazione da com. di impresa

Tipologia: Com. d'impresa

ICTeam: non perdere di vista il consumatore

Antonio Votino, responsabile divisione loyalty e direct marketing di Icteam, ha portato il suo contributo di lunga esperienza nell'ambito delle campagne promozionali, sottolineando in particolare l'importanza della misurazione dei risultati delle campagne. Informazione contenuta nella comunicazione di impresa "Unicom - La comunicazione rivolta al retail: il ruolo delle agenzie".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Vai alla Com. d'impresa che contiene questa informazione**

Citati: ICTeam, Votino Antonio

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 101, lunghezza 1/3 di pagina - Estrapolazione da com. di impresa

Tipologia: Com. d'impresa

Diennea: tutte le potenzialità dell'e-marketing

Genni Argnani, responsabile commerciale di Diennea ha raccontato i tre casi di Canon, Star e Nielsen, che hanno utilizzato la piattaforma MagNews per le proprie attività di e-mail marketing, sottolineando l'importanza della collaborazione con le agenzie web di queste aziende. Informazione contenuta nella comunicazione di impresa "Unicom - La comunicazione rivolta al retail: il ruolo delle agenzie".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **Vai alla Com. d'impresa che contiene questa informazione**

Citati: Argnani Genni, Diennea

Largo Consumo, fascicolo 12/2008, n° pagina 135, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Osservatorio Multicanalità 2008 - Presentati il 29 gennaio a Milano i dati della seconda edizione dell'Osservatorio Multicanalità

Focus: La seconda edizione dell'Osservatorio Multicanalità sta per giungere al termine: il .. gennaio presso il Politecnico di Milano, Campus Bovisa, Aula Carlo De Carli, Nielsen, Nielsen Online, Connexia e la School of Management del Politecnico di Milano presenteranno i dati della ricerca

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa comunicazione di impresa**

Citati: Adnkronos, Affinion International, Assocomunicazione, Aula Carlo De Carli, Bcc Multimedia, Campus Bovisa, Connexia, Daily Net, Drafftcb, Fater, Ibm Itali, Ing Direct, Inplace, MagNews, Microsoft Advertising, Navteq, Netforum, Nielsen, Nielsen Online, Omd, Osservatorio Multicanalità 2008, Plantronics, Politecnico di Milano, School of Management di Milano, Seat Pagine Gialle, Secondamano.it, Vodafone

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n° pagina 110, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Nielsen Italia - "Consumer Insight": i contenuti e gli obiettivi della newsletter supportata dal sistema MagNews

I Casi Aziendali: Per implementare la sua nuova newsletter, AcNielsen si è affidata a Diennea, società specializzata in marketing digitale, e a MagNews™ Db Pro, una soluzione integrata per il marketing e la comunicazione online.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **leggi questa comunicazione di impresa**

Citati: MagNews DB Pro, Nielsen Bases, Nielsen Italia, Nielsen Mobile, Nielsen Online, Nielsen Store Audit, Rovatti Samantha, The Nielsen Company

Largo Consumo, fascicolo 9/2008, n° pagina 135, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Osservatorio Multicanalità 2008 - Le aziende e i consumatori agiscono in modo multicanale?](#)

Focus: "Aziende e consumatori: la multicanalità lascia o raddoppia?": a questo tema si dedica l'edizione 2008 dell'Osservatorio Multicanalità, varato lo scorso anno da Nielsen, Nielsen Online, Connexia e School of Management del Politecnico di Milano.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[leggi questa comunicazione di impresa](#)**

Citati: Affinion, AssoComunicazione, Bcc Multimedia, Connexia, Diennea, Fater, Ing Direct, Microsoft Advertising, Navteq, Nielsen, Nielsen Online, Omd, Osservatorio Multicanalità 2008, Paginegialle.it, Plantronics, School of Management del Politecnico di Milano, Secondamano.it, Vodafone

Largo Consumo, fascicolo 6/2008, n° pagina 120, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Canon Italia - Dialogare efficacemente con i consumatori e i dealer grazie alle newsletter realizzate con MagNews DB Pro](#)

I casi aziendali: Con il supporto del sistema MagNews di Diennea, Canon ha sviluppato negli ultimi anni una newsletter dapprima indirizzata ai consumatori finali, quindi al target dei dealer, centrando importanti obiettivi di comunicazione e rafforzamento dei rapporti con i propri interlocutori.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Scarica questa Comunicazione di impresa](#)**

Citati: Canon Italia, CMS (Content Management System), De Medici Giovanni, Diennea, MagNews, MagNews DB Pro

Largo Consumo, fascicolo 3/2008, n° pagina 131, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Noberasco - Noberasco lancia la linea Cucina con un grande concorso con Disney e attività promozionali sul pdv](#)

Focus: Noberasco ha lanciato la nuova Linea Cucina: una vera e propria esplosione di gusti unici e alternativi destinati ad arricchire ricette e aggiungere sapore e originalità a ogni piatto.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Scarica questa Comunicazione di impresa](#)**

Citati: Anacardi, Ariete, Barattolini, Buste Scorta, Bustine, Cucina, Cucina Scavolini, Disney, Granella di Noccioline, Lamelle di Mandorle, Macadamia, Noberasco, Noci Pecan, Pistacchi di Bronte, Pixar, Ratatouille

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 18, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

[Osservatorio Multicanalità - "Il consumatore multicanale esiste: nuove opportunità per la distribuzione".](#)

I Convegni: Il consumatore multicanale esiste, come dimostra la ricerca "Osservatorio Multicanalità 2007", illustrata nel corso del convegno "La multicanalità paga allo scaffale?", tenutosi lo scorso 15 novembre presso il Politecnico di Milano.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Scarica questa comunicazione di impresa](#)**

Citati: Connexia, Fater spa, Franzini Giovanni, Galante Cetti, Iovine Francesco, Macrillò Antonio, Messenger, Microsoft Online, Nielsen, Nielsen Online, Noci Giuliano, Osservatorio Multicanalità 2007, Panorama Ipermercati, Papini Cristina, Pietro Scott Jovane, Plantronics Italia, Pola Giovanni, School of Management del Politecnico di Milano, Scott Jovine Pietro, Service Group, Stellabotte Enzo, Words of Mouth, Yahoo! Italia

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 19, lunghezza 1/5 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Plantronics - Come usare il contact center](#)

Osservatorio Multicanalità: Plantronics Italia partecipa all'Osservatorio Multicanalità per un contatto diretto con il consumatore attraverso l'utilizzo di canali innovativi e tecnologici da implementare intorno al personale operativo del contact center. Info contenuta nella comunicazione d'impresa "Osservatorio Multicanalità".

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Vai alla comunicazione d'impresa che contiene questa informazione](#)**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 1/2008, n° pagina 107, lunghezza 1/5 di pagina - Estapolazione da Comuimpresa

Tipologia: Com. d'impresa

[Norda e il concorso sul "bene" acqua](#)

E' nato il concorso nazionale dedicato alle classi quarte e quinte della scuola primaria e alle tre classi della scuola secondaria di primo grado, attualmente in corso. Un'iniziativa sul tema dell'acqua, patrimonio essenziale per il pianeta e per l'umanità, da conoscere e salvaguardare. Info contenuta nella comuimpresa di Norda.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Vai alla comunicazione di impresa associata a questo Documento](#)**

Citati: -

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 105, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Aspect Software Italy - Tutte le novità 2007 dell'Aspect Contact Center](#)

[Satisfaction Index Europa](#)

Focus: Realizzato per la prima volta nel 2005, l'Aspect Contact Center Satisfaction Index misura la soddisfazione del consumatore rispetto alla qualità delle interazioni telefoniche e on-line con le aziende e i loro rappresentanti.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Scarica questa Comunicazione di impresa](#)**

Citati: Aspect Contact Center Satisfaction Index Europa, Aspect Software Italy

Largo Consumo, fascicolo 12/2007, n° pagina 118, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Riso Scotti - Le newsletter realizzate con MagNews un efficace strumento di comunicazione](#)

I casi aziendali: Per realizzare le sue newsletter, Riso Scotti e Arachno si sono affidate a MagNews™, un sistema creato da Diennea – società specializzata in servizi e tecnologie per il marketing digitale – per la realizzazione e la gestione di newsletter aziendali, house organ, pubblicazioni multimediali, ecc.

Table, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Scarica questa Comunicazione di impresa](#)**

Citati: Arachno, Diennea, MagNews, Riso Scotti

Largo Consumo, fascicolo 11/2007, n° pagina 84, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Diennea - Tecnologia, servizio, ricerca e innovazione per supportare le aziende nel marketing digitale

Le interviste: Maurizio Fionda, fondatore della società specializzata nei servizi di emarketing, ci racconta la filosofia e l'approccio al mercato di un'azienda che è andata accumulando una grande esperienza non solo in Italia.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: AcNielsen, Atm Milano, Autostrade per l'Italia, Carion Italia, Diennea, Dolce&Gabbana, Ducati Motor Holding, Fastweb, Findomestic, Finmeccanica, Fionda Maurizio, Heineken, International Adverting Bureau, Maserati, Partesa, Philips, Trenitalia, Viaggi del Ventaglio

Largo Consumo, fascicolo 10/2007, n° pagina 140, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

Pescanova Italia - Cresce la "febbre" del concorso in attesa dei lanci di fine anno, mentre si tracciano le linee di sviluppo per il 2008

I profili: È in pieno svolgimento il primo grande concorso consumatori dell'azienda in Italia: un'iniziativa dalla quale l'azienda si attende significativi riscontri. Sono ormai vicine le festività di fine anno, che vedranno Pescanova protagonista con un assortimento arricchito di prelibate novità.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Costa Crociere, Nielsen Scantrack, Pescanova Italia, Whirlpool

Largo Consumo, fascicolo 9/2007, n° pagina 149, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Pescanova Italia - Un grande concorso per rafforzare ed entrare con slancio in un 2008 di forte sviluppo

Le interviste: È partito a fine agosto e si concluderà l'1 dicembre prossimo il concorso "Raccogli i preziosi doni del mare". Ce ne parla Silvia Bergamini, responsabile marketing della filiale italiana, tracciando le strategie future dell'azienda.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa Comunicazione di impresa](#)

Citati: Bastoncini, Bergamini Silvia, Costa Crociere, Cuoricini di salmone, Filetti, Pescanova, Trance di Pescospada, Whirlpool

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 105, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Valassis - "Buon per Te". il successo della comunicazione targetizzata non indirizzata

Focus: la comunicazione targetizzata non indirizzata è un'opportunità interessante, che coniuga efficacia (targetizzazione) ed efficienza, ovvero un elevato numero di contatti utili con un costo contatto contenuto. Da qui la messa a punto di "Buon per Te", un contenitore da consegnare con cadenza periodica presso le abitazioni di un target selezionato, nel quale si trovano forti opportunità promozionali: redazionali, incentivi all'acquisto, sampling di prodotto, iniziative di charity.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di Impresa](#)

Citati: Buon per Te, Nielsen, TNT Post, Valassis

Largo Consumo, fascicolo 7/2007, n° pagina 111, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Certiquality - Riscontri positivi dal IV Rapporto di Customer Satisfaction di Certiquality

Focus: CRM e certificazione: Certiquality ha pubblicato la nuova edizione del proprio studio sul grado di soddisfazione dei propri clienti. Nel cd sono contenuti i nominativi di tutte le organizzazioni titolari di una o più certificazioni di sistema e/ o di prodotto rilasciate da Certiquality il cd contiene anche il IV Rapporto di Customer Satisfaction, realizzato sulla base dell'indagine effettuata sulle organizzazioni clienti.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di Impresa](#)

Citati: 4° Rapporto customer satisfaction, Certiquality

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 124, lunghezza 2 pagine

Tipologia: Com. d'impresa

Pentapolis c/o Epipoli - Il progetto di NordiConad "Mangiando s'impara" vince la seconda edizione del Premio Consumabile

Gli eventi aziendali: Lo scorso venerdì 9 marzo è stato assegnato a Catania, nella cornice del 10° Salone del Franchising, il secondo Premio Consumabile alla distribuzione responsabile, promosso dall'Associazione Pentapolis e da Sda Bocconi Milano, Cedoc Università di Catania e Impronta Etica di Bologna. Il premio è stato assegnato nell'ambito della II Convention della Distribuzione Responsabile, svoltasi al Centro Congressi Le Ciminiere di Catania proprio nel corso del Salone del Franchising.

Tablette, grafici e box a corredo:

- Box: Eco-Offset coniuga qualità ed ecosostenibilità
- Box: Educazione alimentare per i bambini
- Box: Un aiuto alle comunità in cui Coop Adriatica opera
- Box: Un concreto sostegno ai dipendenti Atm

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di Impresa](#)

Citati: Api Catania, Argante Enzo, Atm Bimbo Point, Atm Spa, Bizzini Francesco, Castaldo sandro, Cedoc Università di Catania, Cedoc/ Università di Catania, Centro anch'io, Centro Congressi Le Ciminiere di Catania, Cianciullo Angelo, Cicero Mario, Conad, Confcommercio, Convention della Distribuzione Responsabile, Coop Adriatica, Corepla, CsRwire.com, D'Amico Renato, De Luca Massimo, Epipoli Group, Etnapolis, Fazio Valeria, Franzetti Valeria, Gam Edit, Giannetto Gaetano, Granarolo, Greenplanet.net, Gruppo Mercurio, Impatto Zero, Impronta Etica, Impronta Etica di Bologna, Kpmg legal Suisse, LaRepubblica, Lifegate, Lorien Consulting, Mangiando s'impara, Marica Veronica, Mazzeo Raffaele, Montemagno Francesca, NordiConad, Pagliarini Pierpaolo, Pecere Marisa, Pentapolis, Pogliese Antonio, Premio Consumabile, Renna Sebastiano, Rossi Marco, Russo Angelo, Salone del Franchising, SDA Bocconi, Sda Bocconi Milano, Sorbello francesco, Università di Catania, Valente Antonio, Vittone Gaetano

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 136, lunghezza 2/3 di pagina

Tipologia: Com. d'impresa

Buongiorno - Relationship Marketing e Nuove Tecnologie: esperienze di oggi, nuove opportunità di domani

Focus: Il 22/05 Buongiorno Marketing Services ha organizzato il convegno "Relationship Marketing e Nuove Tecnologie: esperienze di oggi, nuove opportunità di domani". Nel corso dell'incontro alcune grandi aziende, come Barilla, Coca-Cola Spagna e Banca Carige che utilizzano il canale digitale per ottimizzare la comunicazione con i propri clienti, hanno presentato la loro testimonianza; il convegno ha visto inoltre anche la partecipazione della School of Management del Politecnico di Milano.

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- [Scarica questa comunicazione di Impresa](#)

Citati: Banca Carige, Barilla, Buongiorno Marketing Services, Coca-Cola, Danone, Masterfood, Procter&Gamble, School of Management del Politecnico di Milano, Unichips, Unicredit Banca, Visiongain

Largo Consumo, fascicolo 6/2007, n° pagina 158, lunghezza 1 pagina

Tipologia: Com. d'impresa

[Mercurio Misura - Marketing e Crm all'insegna dell'integrazione e dell'interattività per un'impresa vincente](#)

Le Interviste: Stefano Clima è direttore generale di Mercurio Misura, storica società di ricerche di mercato e consulenza di direzione, forte di quasi mezzo secolo di attività al servizio delle imprese italiane e multinazionali. Formazione aziendale, Marketing, management, vendite, marketing relazionale sono le sue aree di intervento. Il Crm, in particolare, è una delle attività in cui Mercurio Misura ha svolto un ruolo "pionieristico".

Tablette, grafici e box a corredo:

Allegati:

- **[Scarica questa comunicazione di Impresa](#)**

Citati: Clima Stefano, Mercurio Misura

Direttore responsabile: Armando Garosci

Editore: Editoriale Largo Consumo Srl, via Bodoni 2 Milano

Service Provider: Mc Link Spa, Roma

Per l'acquisto dell'intero Percorso di lettura, o di sue singole parti
Diffusione e Abbonamenti

diffusioneeabbonamenti@largoconsumo.it

Tel. 02.3271.646 Fax. 02.3271840

INDICE DEI PERCORSI DI LETTURA DI LARGO CONSUMO

Per assistenza e richieste di disponibilità di **Percorsi di lettura personalizzati**, puoi rivolgerti al servizio [Diffusione e Abbonamenti](#) di Largo Consumo.

Se non sai cosa siano e come si usino i Percorsi di lettura di Largo Consumo vai su www.largoconsumo.info/percorsi

PRODUZIONE

Mercati alimentari

[Visualizza tutti i PL dell'area "Alimentare"](#)

Beverage: La produzione, la distribuzione e i consumi del mercato delle bevande

[Visualizza tutti i PL dell'area "Beverage"](#)

Alimentari freschi: La produzione, la distribuzione e i consumi.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Alimentare fresco"](#)

Grocery Persona: La produzione, la distribuzione e i consumi.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Grocery Persona"](#)

Grocery Casa: La produzione, la distribuzione e i consumi.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Grocery Casa"](#)

Tessile, abbigliamento, calzature, pelletteria e accessori

[Visualizza tutti i PL dell'area "Abbigliamento"](#)

Beni durevoli per la casa e la persona

[Visualizza tutti i PL dell'area "Beni durevoli"](#)

DISTRIBUZIONE

Moderna Distribuzione: canali, formati e contesti di acquisto

[Visualizza tutti i PL dell'area "Distribuzione"](#)

CONSUMATORI

La propensione alla spesa e umore rispetto ai consumi

[Visualizza tutti i PL dell'area "Consumatori"](#)

COMUNICAZIONE

Comunicazione: Promozioni, Fidelizzazione del cliente, Pubblicità e PR.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Comunicazione"](#)

LOGISTICA

Logistica: sistemi e servizi collegati alla filiera dei beni di consumo

[Visualizza tutti i PL dell'area "Logistica"](#)

RISORSE UMANE

Risorse umane: La loro valorizzazione nella filiera dei beni di consumo.

[Visualizza tutti i PL dell'area "Risorse umane"](#)

AMBIENTE ED ENERGIA

Ambiente ed energia: implicazioni economiche e di marketing nel largo consumo

[Visualizza tutti i PL dell'area "Ambiente ed energia"](#)