

DM-Consigli

Come avere successo con i tagliandi



I tagliandi si trovano ovunque: nel mondo dei mass media, nei mailing personalizzati, nel web, sui e nei prodotti, presso gli stand promozionali nei POS e ultimamente anche nei cellulari. Se l'obiettivo principale è la fidelizzazione, vengono presi in considerazione soprattutto gli strumenti personalizzabili. Nei nostri suggerimenti imparerete quali sono gli aspetti che meritano attenzione nelle fasi di scelta dei media e distribuzione dei tagliandi.

6 suggerimenti per la distribuzione di tagliandi

1. **Determinazione precisa del target ed estensione:** chiarite se il canale di distribuzione raggiunge il vostro target possibilmente in modo mirato e capillare.
2. **Scelta dei media:** scegliete tra mass media, strumenti personalizzabili, distribuzione nei POS e tagliandi sul o nel prodotto:
 - a. **mass media:** utilizzate i mass media nella fase del primo contatto, dunque nell'acquisizione di nuovi clienti, per diffondere tagliandi non personalizzati, e quindi in modo non mirato, a un gran numero di destinatari. I mass media più comuni per la distribuzione di tagliandi sono gli inserti in quotidiani o settimanali, riviste o giornali di annunci, allegati o volantini che vengono acclusi ai media indicati o distribuiti casa per casa. Tra questi mass media si annoverano anche portali internet, cataloghi e newsletter di interesse generale.
 - b. **Strumenti personalizzabili:** se con i tagliandi desiderate fidelizzare soprattutto clienti noti, allora utilizzate strumenti personalizzabili come mailing postali, newsletter tramite posta elettronica, riviste per i clienti o SMS.
 - c. **Point of Sale (POS):** distribuite tagliandi nei POS, se desiderate guidare il comportamento dei clienti nel negozio o spingere ad effettuare acquisti successivi. In tal senso per gli scontrini utilizzate rotoli appositamente preparati, stampate dei tagliandi «after sale» sugli scontrini, distribuite tagliandi presso stand promozionali ecc.
 - d. **Prodotto:** scegliete dei tagliandi sulla confezione o al suo interno, se intendete ricompensare il cliente per l'acquisto. Nel caso dei tagliandi sulla confezione è possibile predisporre anche una riscossione immediata al momento dell'acquisto. Chiarite la fattibilità ed i costi di produzione e gestione del prodotto. «
3. **Canali online:** rendete la vostra newsletter più attrattiva integrando dei tagliandi, di fronte ai quali i clienti hanno varie possibilità: stamparli, ritagliarli o – se gestite uno shop online – riscuoterli semplicemente con un clic del mouse o immettendo un codice in internet. Fate attenzione che nell'ultimo caso è necessaria un'interfaccia adatta.
4. **Tagliandi offline per gli shop online:** per gli shop online utilizzate anche dei tagliandi stampati, che possono essere riscossi dal cliente nello shop tramite un codice. I vantaggi: si elimina una verifica manuale di plausibilità e lo shop acquisisce nuovi clienti.
5. **Diffusione virale:** se per i vostri tagliandi online utilizzate un codice universale, c'è la possibilità che venga segnalato ad amici e conoscenti. Invece, il codice individuale può essere utilizzato una sola volta dal destinatario. Preparatevi ad un'eventuale diffusione virale con delle limitazioni temporali o con indicazioni quali «fino ad esaurimento scorte».
6. **Canale mobile:** servitevi degli SMS quando vi rivolgete ad un target affine alla tecnica. I messaggi sono molto adatti per essere utilizzati come tagliandi. La combinazione con i servizi offerti da una zona definita è ottimale. In questo senso, chiunque stia camminando nell'area pedonale all'ora di pranzo, riceve tramite SMS un buono per un gelato gratuito acquistando un menu da McDonald's. Tuttavia, per distribuire i tagliandi, tanto gli SMS quanto internet restano un canale di nicchia. Per i tagliandi tramite SMS è importante che nel POS sia presente l'infrastruttura in grado di leggere e decodificare il tagliando dal display del cellulare.

Per ulteriori informazioni visitate il sito www.posta.ch/directpoint.

La Posta Svizzera
PostMail
Marketing diretto
Viktoriastrasse 21
3030 Berna

Telefono 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.posta.ch/directpoint