

DM-Consigli

Ricorrenze – fonte di idee per la vostra pubblicità



Halloween, festa della mamma, San Valentino – molte aziende approfittano di giorni come questi per proporre offerte particolari. Perciò vengono intraprese numerose attività – e anche la concorrenza è tanta. Quindi perché non festeggiare ricorrenze o giornate a tema, istituzioni nazionali o internazionali o associazioni meno note, e cogliere l'occasione per la vostra prossima campagna dialogica? I consigli che abbiamo tratto dal numero attuale della rivista specializzata «Werbepraxis» vi mostrano come sfruttare abilmente l'occasione offerta da questi giorni.

Stampa: nei giorni della ricorrenza è importante essere presenti attraverso la maggior parte dei mezzi di comunicazione. Potete sfruttarli scrivendo un comunicato stampa sull'evento che dovrebbe contenere: cosa ha a che fare la vostra azienda con la ricorrenza? Come festeggiate o celebrate la ricorrenza? Cosa possono aspettarsi i vostri clienti da voi? Potete inviare il vostro articolo alle case editrici di giornali locali e alle riviste specializzate, e naturalmente pubblicarlo in internet.

Decorazioni della vetrina. Avete una vetrina? Una ricorrenza è una fonte ideale di idee per la decorazione delle vetrine. Ad esempio, in occasione di un giorno dedicato all'Africa, vi attende un continente pieno di spunti decorativi. Ma anche la giornata dei giardini, la giornata mondiale della navigazione o la giornata della musica offrono spunti visivi, che potete trasformare in un'eccellente decorazione.

Offerta di servizi. Una ricorrenza può essere un'occasione ideale per mettere in risalto aspetti particolari della vostra offerta – ad esempio nella giornata mondiale dell'infanzia proporre tutti articoli per i più piccoli.

Offerte promozionali. Il giorno in oggetto proponete ai vostri clienti anche un'offerta speciale – meglio se limitata.

Cooperazioni ed eventi. Non sempre si trova un riferimento diretto alla ricorrenza. In tal caso avviate una cooperazione con un altro partner. Esempio: potete sfruttare in modo eccellente le idee decorative per il giorno della musica, cooperando con un negozio di musica. Ma questa cooperazione non deve limitarsi solo alle decorazioni. Quel giorno perché non offrire anche uno spettacolo musicale nei vostri negozi? Oppure nella giornata del museo o del parco cooperate con le relative istituzioni: perché non organizzare un concorso o invitare i vostri clienti attuali a visitare il museo in quella data?

Sponsorizzazione. Molte ricorrenze sono dedicate a gruppi di persone che vivono ai margini della società, malattie o argomenti di una certa importanza sociale. Diventate sponsor e supportate istituzioni protagoniste quel giorno. La vostra misura di sponsorizzazione o la vostra donazione vi offre quasi certamente un'opportunità di essere menzionati nella stampa locale. Può far notizia anche se, come imprenditori, supportate una causa che vi sta personalmente a cuore.

Esempio pratico: Skoda spinge i bambini alla lettura

Skoda Automobile ha messo in pratica un'idea senza dubbio inconsueta: la promozione della lettura tra i bambini. Per l'occasione è stata predisposta una speciale vettura che porta gli autori direttamente nel concessionario della località di lettura. La Stiftung Lesen ha partecipato alla realizzazione di questa iniziativa come partner di cooperazione.

Conclusione

Esistono eventi pubblicitari che tutti sfruttano, ad esempio San Valentino o Natale. Ma quello che fanno tutti, di per sé non crea alcun vantaggio. È meglio tenere gli occhi aperti e trovare una propria idea.

A proposito: nell'«International HolidayCalendar 2009 for Direct Marketing» di Swiss Post International trovate tutti i giorni di festa e le vacanze scolastiche ufficiali di 20 paesi europei. Mentre in «DirectCalendar» trovate una panoramica di tutti gli eventi e le manifestazioni principali della Svizzera comprese le vacanze scolastiche e i giorni di festa.

DirectCalendar

Da ordinare ora gratuitamente

www.posta.ch/directcalendar

International HolidayCalendar

Da ordinare gratuitamente o per avviare il calendario interattivo

<http://holidaycalendar.swisspost.com>

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