

MARKETING

Brand, Prodotto, Rete
Vendita, Distribuzione

Analisi competitor

Start up, Challenger Brand,
Top Brand

Brand, Prodotto, Rete
Vendita, Distribuzione

Marketing Mix
Fattore critico di successo

Quanto, dove, come
investono i competitor

MKTG ADV

Definizione del target cliente

Push-Pull

Obiettivi di comunicazione:
Awareness/ Sell-in Sell-out

Campagna Pubblicitaria

Iniziative Promozionali

Iniziative sul punto vendita

Iniziative di Fidelizzazione

Post Vendita

ADV MEDIA

Mercato Pubblicitario,
investimenti per settore

Player del settore

Condizioni commerciali, fee,
cash, cambio merce

Come avviare una trattativa
commerciale

Specifiche commerciali per
media: Tv, Radio, Stampa,
Web

ROI di una campagna
pubblicitaria

MEDIA

Analisi per singolo media: TV,
Press, Radio, Web,

Social

Specifiche tecniche materiali

Materiali –costi di produzione

Testate-Audience-Nielsen

Efficacia sul target

Investimenti minimi

Pre-Post Valutazioni

MEDIA

Come si valuta l'efficacia di
una campagna

Segmentazione del target,
Categorie socio economiche

Target, Cover, Contatti,
Affinity, Frequenza

GRP's-CPG

Pianificare con bassi budget

MEDIA

Il Primato della TV

TV Generaliste, Specializzate,
App, On Demand

I costi della TV

TV + Web = il Futuro

Pianificare in TV

Pre Post Valutazioni

Dati Nielsen - Match dati
pubblicitari/vendite

WEB

Come comunicare nel web

Social Media - Gestione
Campagne pubblicitarie

Web Advertising

Pay Per Click

Data Analysis

Cross Media

Awareness nel web

Recensioni - gestione

E-COMMERCE

Negozi reale, negozio virtuale

E-commerce di proprietà
Vantaggi Svantaggi

MarketPlace generici.
Amazon/Spotify

MarketPlace di settore
Aperti o Retailer

Lead generation: B2B, Retailer,
GDO

Aspetti amministrativi,
commerciali, logistica