

**P.O.R. PUGLIA 2014 – 2020**  
**Avviso Pubblico N. 4/FSE/2018 approvato con Decisione C(2015)5854 del 13/08/2015**  
**Corso ITS VIII Ciclo**  
**“Tecnico Superiore in Marketing Digitale delle Imprese Agroalimentare”**  
**(Acronimo: MiDia)**

**Docente: Antonio Mileti**

**UF: FUNNEL MARKETING**



# OBIETTIVI DELL'INTERVENTO

- Introdurre agli strumenti di comunicazione
- Definire gli strumenti diretti
- Definire i nuovi strumenti digitali





**“When a customer  
enters my store,  
forget me.  
He is king.”  
- John Wanamaker**



# EVOLUZIONE DEL PARADIGMA DI MARKETING AZIENDALE

Paradigma	Oggetto	Finalità	Obiettivo
Transazionale	Scambio	Cognitiva	Far conoscere
Relazionale	Relazione	Motivazionale	Far preferire
Induzionale	Persuasione	Comportamentale	Far acquistare



# STRATEGIE DI COMUNICAZIONE

Contribuiscono al Lead Nurturing in varia misura in base al livello del Funnel

- Competitive
- Di sviluppo
- Di fidelizzazione



# STRATEGIE COMPETITIVE

- Comparative:
  - Implicite
  - esplicite
- Finanziarie
- Di posizionamento
- Di imitazione
- Di Push and Pull



# STRATEGIE DI SVILUPPO

Estensive

Intensive



# STRATEGIE Di FIDELIZZAZIONE

- Di restyling
- Di Mantenimento



# STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

All'interno del Funnel aumentano awareness, engagement, loyalty e post-vendita

- Convenzionali
- Non convenzionali



# STRUMENTI CONVENZIONALI

- Pubblicità classica
- Propaganda
- Sponsorizzazioni
- P.R. eventi e fiere
- Sales promotion
- Merchandising
- **Direct marketing**
- Personale di contatto



# STRUMENTI NON CONVENZIONALI

- Digital MRKTG (blog, social network, Q&A sites, ecc.)
- Guerrilla/ambient/streetMRKTG
- Augmented reality



# Definizione di Direct MRKTG

È un insieme di mezzi di comunicazione che interagiscono per :

- fornire offerte personalizzate
- interazione
- dialogare con un «mercato proprio»
- generare risultati misurabili



# Definizione di Direct MRKTG

È l'insieme di attività che, attraverso l'uso di strumenti digitali, permettono di sviluppare campagne di marketing e comunicazione integrate



# Definizione di Direct MRKTG

È l'insieme di attività che, attraverso l'uso di strumenti digitali, permettono di:

- targettizzare
- costruire proposte personalizzate
- generare risultati misurabili
- monitorare costantemente i bisogni della domanda
- costruire relazioni interattive
- generare valore nel tempo





**Nothing comes merely by thinking about it.**

**- John Wanamaker -**

[quoteparrot.com](http://quoteparrot.com)

FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE PUGLIA

Corso ITS VIII Ciclo 2018-20

“Tecnico Superiore in Marketing Digitale delle Imprese Agroalimentari”

