

HAI MAI PENSATO
CHE IL PACCO E-COMMERCE
POTESSE DIVENTARE UN MEDIA?



**NOI LO ABBIAMO
FATTO!**

Founder

- Andrea Vitrotti <https://it.linkedin.com/in/vitrotti>
classe 1966, crescita professionale in multinazionali, Vodafone, Wunderman, Gruppo Preziosi. Founder di AGF Capital e TUM Italia.
- Flavio Piazza <https://it.linkedin.com/in/flavio-piazza-16a0114/it>
laureato in Università Cattolica del Sacro Cuore con tesi in Economia e Tecnica della Pubblicità con il Professor E.T. Brioschi, inizia la sua attività professionale durante l’Università vincendo una borsa di studio per uno stage in McCann Erickson a Milano. Dopo due anni entra in Tbwa e viene incaricato di gestire Henkel per il brand Dixan. Successivamente è in FCB, poi Publicis-Fcb-Mac, e in Equipe dove ricopre la funzione di Direttore Generale. Nel 2001 fonda Admisura, Agenzia di comunicazione non convenzionale e lavora per le più importanti Aziende italiane e internazionali. Dal 2014 co-founder di TUM Italia.

Indice

- Il mercato dell'e-commerce in Italia e in Europa
- Cos'è Simple Sample e come funziona
- Target
- Scheda media
- Vantaggi
- Dimensioni del mercato ITA
- Competitor
- SWOT Analysis
- Clienti
- Next Step
- **Allegati:** case histories campagne e e-survey qualitative post campagna

Simple Sample

Simple Sample Europe è il primo circuito media unconventional che unisce la potenza dell'e-commerce con l'efficacia del direct marketing

Il mercato dell'e-commerce

Dimensioni del mercato e-commerce
in Italia e in Europa analizzato in
ottica 'media'

Trend

In Italia, come all'estero, da oltre 12 anni l'e-commerce è in costante crescita.

Il target di chi acquista online è la punta di diamante della customer base:

- ✓ **reattivo**
- ✓ **web oriented**
- ✓ **alto spendente**
- ✓ **usa la carta di credito**
- ✓ **prevalentemente con figli**
- ✓ **connesso con device mobili**
- ✓ **scontrino medio 3 volte più alto (vs retail)**



Fonte Casaleggio Aggiornati ad aprile 2016

I numeri dell'e-commerce ITA

16,9 milioni

Acquirenti online
negli ultimi tre mesi

21.540.000.000

valore del mercato
dell'e-commerce in
Italia (2013)

+14,6%

Incremento del
valore del Net
Retail in Italia

7

Pacchi ritirati in un
luogo fisico ogni
100 pacchi spediti
per un acquisto
online

89€

Scontrino medio
degli acquisti online

54,3 milioni

Acquisti online nel
trimestre

11,1 milioni

Acquirenti online
abituale (una volta al
mese)

+10,5%

Crescita degli
acquirenti online
abituale nell'ultimo
anno

I numeri dell'e-commerce ITA

✓ **20,4 B€**

è il valore del mercato dell'e-commerce in Italia (2015)

✓ **130.000.000**

è il numero di acquisti online che hanno generato un 'Box' recapitato nelle mani del consumatore

✓ **60%**

oltre il 60% degli acquisti online è effettuato dalle donne (RA)

✓ **10.900.000**

è il numero medio dei Box recapitati ogni mese nelle case degli acquirenti online, tra le mani dell'R.A.

✓ **3,1**

è la composizione media della famiglia che acquista online

✓ **1.400.000 | 4.340.000**

sono i numeri del network SimpleSample, 1.400.000 di box mese e 4.340.000 di contatti CERTI mese

Aggiornati ad ottobre 2015

I numeri dell'e-commerce EU

Il mercato on-line in Europea è dominato da Regno Unito, Germania e Francia, che insieme cubano l'81,5% delle vendite in Europa rispetto agli otto paesi riportato nella Tabella 1.



Table 1

| Online Retail Sales | Online Sales (£ bn) 2015 | Growth 2015 | Online Sales (£ bn) 2016 | Growth 2016 | Online Sales in euros (bn) 2016 |
|---------------------|--------------------------|-------------|--------------------------|-------------|---------------------------------|
| UK | £52.25 | 16.2% | £60.04 | 14.9% | €71.05 |
| Germany | £44.61 | 23.1% | £52.77 | 18.3% | €62.45 |
| France | £30.87 | 17.0% | £36.02 | 16.7% | €42.63 |
| Spain | £8.15 | 18.6% | £9.68 | 18.8% | €11.45 |
| Italy | £6.35 | 19.0% | £7.42 | 16.9% | €8.78 |
| Netherlands | £5.94 | 16.8% | £6.92 | 16.5% | €8.19 |
| Sweden | £4.17 | 15.5% | £4.85 | 16.4% | €5.74 |
| Poland | £4.33 | 21.0% | £5.10 | 17.8% | €6.03 |
| Europe | £156.67 | 18.6% | £182.80 | 16.7% | €216.32 |

Figure 1



Il mercato Net-Retail rispetto al Retail tradizionale sta seguendo il trend positivo di crescita, anche se l'Italia ha un peso del 3% del Net Retail vs il Retail questo, dal nostro punto di vista, è un dato positivo.



Potenzialmente ci sono oltre 500.000.000 di Box e-commerce che ogni mese entrano nelle case degli e-shopper in Europa

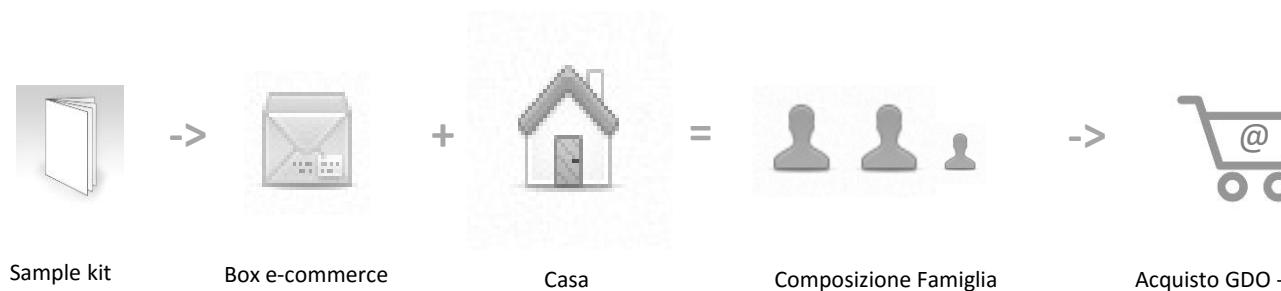
Fonte: www.retailresearch.org/onlineretailing.php

Cos'è Simple Sample

Simple Sample Europe

Simple Sample: Cos'è

- Simple Sample utilizza il Box e-commerce per veicolare dentro casa, direttamente tra le mani della **Responsabile d'Acquisto**, l'oggetto della comunicazione (sample kit o cartotecnica).
- Ogni contatto è CERTO. Ovvero si ha la certezza che vada a buon fine.
- Ogni Box equivale ad una casa. Ogni casa equivale a 3,1 persone* (vs composizione media 2,5 fonte Istat)
- L'idea è di inserire il sample kit nei box e-commerce dei merchant online in target, e quindi far arrivare il Brand direttamente tra le mani della responsabile d'acquisto.



* Fonte e-survey Contactlab Europe. Composizione media famiglie italiane che comprano online

Come funziona | Flusso logico

1

I clienti in target effettuano l'acquisto online



3

Il pacco e-commerce entra in casa direttamente nelle mani della RA che lo apre e trova la gradita sorpresa



5

La cliente aderisce alla call to action



2

Lo shop online pianificato prepara il pacco e inserisce dentro la pubblicità dell'inserzionista

4

La cliente condivide la graditissima sorpresa con parenti, amiche e tramite social network

Risultati in tempo reale

La pianificazione sul network **Simple Sample** è adatta per azioni tattiche finalizzate al **raggiungimento di obiettivi a breve termine**, come ad esempio:

1. Incremento delle vendite
2. Incremento partecipanti ad un contest
3. Ricerche di mercato
4. Testing di prodotto
5. TryVertising (Try Before To Buy)
6. Incremento data base: Qualified Leads
7. ecc.

Target

Samples & Direct Marketing

Target

Il **target** di Simple Sample è **B2B**, ovvero tutte le aziende che vogliono:

1. Veicolare sample, in modo singolo o bundle
2. Fare operazioni di TryVertising
3. Pianificare attività di Direct Marketing

In generale, Simple Sample, risponde alle esigenze di qualsiasi azienda che vuole entrare in contatto diretto con il loro target in modo efficace ed efficiente

Scheda Media

In-Home Advertising

Scheda Media | In-Home ADV

Simple Sample unisce la potenza dell'e-commerce con l'efficacia del direct marketing trasformando il pacco spedito a domicilio degli acquirenti in un vero e proprio media.



Tipologia

In-Home ADV | Costo contatto certo | Un solo inserzionista per box

Formati

Cartolina | Sample di prodotto | Cataloghi (formato mini) | Cartolina + sample. Altro materiale pubblicitario e/o promozionale (*verifica preventiva*).

Copertura

Nazionale | segmentazione verticale per tipologia di e-commerce

Quantità

In media 1.200.000 – 1.400.00 pacchi/mese totali (95% B2C e 5% B2B)

Target

Donne 65% - Uomini 35% | profilo socio-economico medio alto | tecnofili | famiglie in crescita | RA | usano la carta di credito | web oriented

Frequenza

Spedizioni giornaliere | Pianificazione a quantità | Wave minima 20.000 Box



Vantaggi

Plus del media Simple Sample

Vantaggi

1. Costo contatto certo:

Il contatto è certo al 100%, nessuna dispersione o barriera (come la cassetta della posta)

2. Unico inserzionista:

Non esiste sovraffollamento, l'investitore pubblicitario è unico

3. 100% di apertura e lettura:

È garantito il 100% di apertura e lettura della comunicazione

4. Target qualificato: (*si comunica a chi ha appena fatto un acquisto*)

Il target di chi compra online è web oriented, usa la carta di credito, alto spendente, solitamente con famiglia, ceto medio e medio-alto

5. Elevata redemption:

Rispetto ai tradizionali strumenti di direct marketing Simple Sample ha una redemption media dalle 5 alle 8 volte superiore (misurata sulla call to action vedi sezione allegati)

6. Assenza distrazioni esogene: (*l'82% dei pacchi e-commerce viene recapitato a casa*)

Il messaggio, oggetto della comunicazione, viene fruito nell'ambiente domestico, accogliente rilassante e in totale assenza di altri messaggi

7. Effetto WOW:

L'apertura del "box dell'e-commerce" è un momento intenso ed emozionale. L'investitore beneficia di queste emozioni, amplificate da una creatività studiata ad hoc

Analisi SWOT

Analisi dei punti di forza, di
debolezza, opportunità e minacce

SWOT analisi

| | |
|--|--|
| Strengths Punti di forza: 1) Nicchia di mercato 2) Alti margini 3) Situazione temporanea di monopolio in ITA 4) Situazione temporanea di Oligopolio in EU 5) Costo contatto competitivo 6) Redemption nettamente sopra la media 7) Grado di soddisfazione dei Clienti finali > 80% | Weaknesses Punti di debolezza: 1) Customer Education B2B 2) Barriere all'entrata rispetto ai potenziali competitor |
| Opportunities Opportunità: 1) Potenziale integrazione con retail fisici 2) Apertura in altri paesi in Europa 3) Analisi dei dati del mercato e-commerce | Threats Minacce: 1) Entrata di nuovi competitor non professionali e non qualificati 2) Creazione di strutture similare interne da parte dei grossi player dell'e-commerce |

Clienti

Clienti che hanno già pianificato con
Simple Sample



Clienti Simple Sample

| Cliente | Brand | Tipologia | Call To Action |
|--------------------------|-------------------------|-------------------|----------------|
| • 3M | Scotch-Brite® - Command | TryVertising | GDO |
| • Alpro | Latte Alpro Soia | TryVertising | GDO |
| • AIRC | AIRC | DM | Web |
| • Mondelez | The Natural | TryVertising | GDO |
| • Nutrition & Santè | SoyJoy | TryVertising | GDO |
| • AirFrance | AirFrance | DM | Web |
| • Lufthansa | Lufthansa | DM | Web |
| • Disneyland Paris | Disneyland Paris | DM | Web |
| • Bayer | Bepanthenol | DM + TryVertising | Web + Retail |
| • Comieco | Comieco | DM | Web |
| • Alpitour | Alpitour | DM | Web + retail |
| • Dr. Ciccarelli | Timodore | TryVertising | Web |
| • Yakult | Yakult | TryVertising | GDO |
| • Ri.Mos | Holoil | TryVertising | Web |
| • Medici senza frontiere | Medici senza frontiere | DM | Web |
| • Cesvi | Cesvi | DM | Web |

Next Step

Evoluzione nei prossimi 5 anni e
fabbisogno finanziario

Next Step

Nei prossimi 5 anni vorremmo aprire in almeno 5 paesi in Europa

Per ogni apertura l'investimento medio è di € 200.000 in due anni

Il fatturato atteso a 5 anni di ogni country è di 1.000.000 di euro/anno, ad oggi l'anno 2 in Italia ha fatturato 200.000 euro.

L'investimento servirà anche ad alzare le barriere all'entrata di eventuali competitor tramite contratti con i merchant online con la presa in concessione esclusiva di questo nuovo media da parte di Simple Sample.

Allegati

Case Histories + e-Survey

Case History | 3M Scotch-Brite

3M – Scotch-Brite: lancio della spugna **Scotch-Brite Full Action** attraverso l'invio di 10.000 kit (composto da: bag + leaflet buono sconto + sample di prodotto) su target famiglia e responsabili d'acquisto. Call to action verso web (**12% leads from SSE**).



Case History | Alpro

Alpro – Promozione del latte di mandorla Alpro con l'invio di 25.000 kit (composto da:scatolina con sample + leaflet + buono sconto) su target famiglia e responsabili d'acquisto.



Case History | AIRC

AIRC – sensibilizzazione verso la ricerca con l'invio di 100.000 mailing (composto da: segnalibro AIRC, consigli per un'alimentazione sana, bollettino per la donazione) su target famiglia e responsabili d'acquisto.



Case History | 3M Command

3M – Command: promozione di Ganci Multiuso attraverso l'invio di 12.000 kit (composto da: sample di prodotto + leaflet) su target famiglia e responsabili d'acquisto.



Case History | 3M Scotch-Brite Vegetale

3M – Scotch-Brite lancio della spugna **Scotch-Brite Full Action vegetale** attraverso l'invio di 45.000 kit (composto da: prodotto + leaflet) su target famiglia e responsabili d'acquisto. Call to action verso web concorso “di la tua e vinci” .



Case History | Yogurt Alpro

Yogurt Alpro. Obiettivo: comunicare ai consumatori all'interno delle aziende il nuovo prodotto. Trattandosi di "freddo" abbiamo lavorato con Tramezzino.it unico e-commerce che ha permesso con successo il raggiungimento degli obiettivi. Q.tà veicolate comprensive di buono sconto: 14.000 pack



Case History | Yogurt Alpro

Da: Mesaglio, Monica [<mailto:M.Mesaglio@montblancitalia.it>]
Inviato: martedì 7 maggio 2013 11:37

A: info@tramezzino.it

Oggetto: R: Tramezzino.it e gli yogurt di Alpro

Grazie, li ho assaggiati!
Deliziosi!

Da: Tramezzino.it [<mailto:info@tramezzino.it>]

Inviato: martedì 7 maggio 2013 11:35

A: Mesaglio, Monica

Oggetto: Tramezzino.it e gli yogurt di Alpro

Tramezzino.it ha ricevuto **call** e **email** di ringraziamento spontaneo da parte dei propri clienti ;-)



Case History | Mondelez

Caramelle The Natural Confectionery & co. CONTEST: Lancio di un nuovo prodotto. OBIETTIVO: far assaggiare il prodotto. TARGET: famiglie con bambini. Quantità: 50.000. PACK: sample + leaflet con buono sconto, chiuso nel cellofane. Merchant pianificati n. 7.

REDEMPTION: **9,46% conversion rate buoni sconto. 94,59% gradimento iniziativa**



e-Survey

Cliente: Mondelez

Prodotto: caramelle

Periodo di campagna: feb - apr 2015



SIMPLE SAMPLE EUROPE

Tutti i diritti sono riservati incluso il diritto di riproduzione parziale o totale in ogni forma e modo. Ogni utilizzatore del seguente testo non autorizzato da TUM Italia s.r.l. sarà perseguito a norma di legge.

Introduzione

OBIETTIVO: TryVertising

- 50.000 sample + leaflet con buono sconto.

MEDIA: Simple Sample e-Box

- 7 merchant verticali Kids & Family

PERIODO: Feb – Apr

- 2 mesi coda lunga



Sample pack

- La lavorazione dei sample pack è iniziata il giorno stesso della ricezione



Report | Foto di merchant



Bamboo



Buy.it



Buyonz



Chegiochi



Mediatoy



TocTocshop

Report | Foto di merchant



e-Survey

- **METODOLOGIA:**

Dem dedicate inviate da 3 merchant alla customer base oggetto della campagna TNC&C

- **STRUTTURA LOGICA:**

Sette domande, chiuse

- **PARTECIPANTI:**

643

Creatività Dem dedicate



CAMERETTA CUCINA BAGNO GIOCA COLORA STUDIO ALL'ARIA APERTA PRIMI MESI <3

Gentile Cliente,
negli ultimi mesi ha effettuato un acquisto su TocTocShop.com, all'interno del pacco con il prodotto ordinato le abbiamo incluso un piccolo sample di caramelle The Natural Confectionery Co.
Ti saremmo molto grati se volessi partecipare al sondaggio relativo al gradimento di questo piccolo regalo.



cliccando sul link potrà esprimere il suo giudizio e aiutarci a migliorare il servizio.

<https://it.surveymonkey.com/s/TocTocShop>

Il questionario prevede poche domande e alla fine per ringraziarti del tempo che ci dedichi troverai un codice sconto che azzera le spese di spedizione per acquisti fino al 30 Giugno su TocTocShop.com

Grazie, Servizio Clienti TocTocShop.com



NATURALI E SENZA GLUTINE



Gentile Cliente,
ti ringraziamo per aver acquistato su Pupazzi da Legare.

Nel tuo pacco avrai sicuramente trovato un campione gratuito delle nuovissime e gustose caramelle The Natural Confectionery e Co.
Con poche e semplici domande volevamo chiederti un parere a riguardo.

Per ringraziarti del tempo speso, riceverai alla fine del questionario un nostro coupon sconto esclusivo a te riservato.

Clicca qui per dirci cosa ne pensi!

FORNISCI
IL TUO PARERE

n.b. il questionario è in forma anonima,
non ti verrà richiesto nessun dato personale

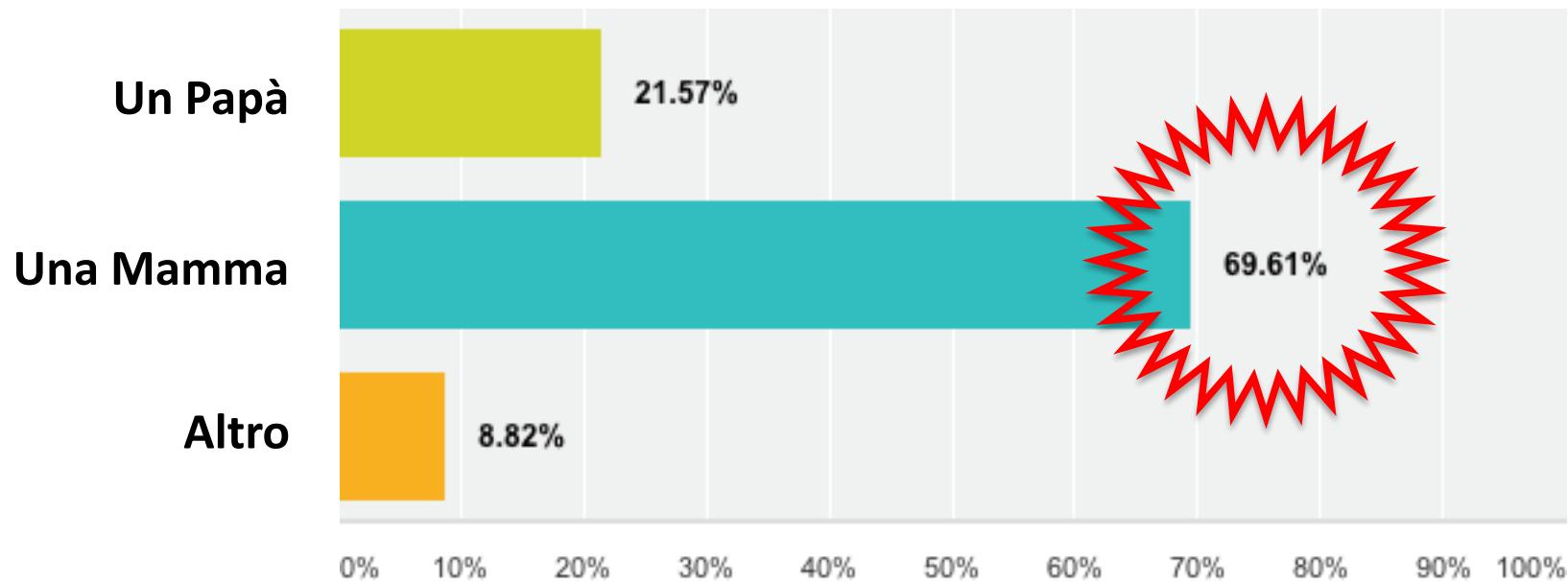


FELICI I BAMBINI, FELICE TU!

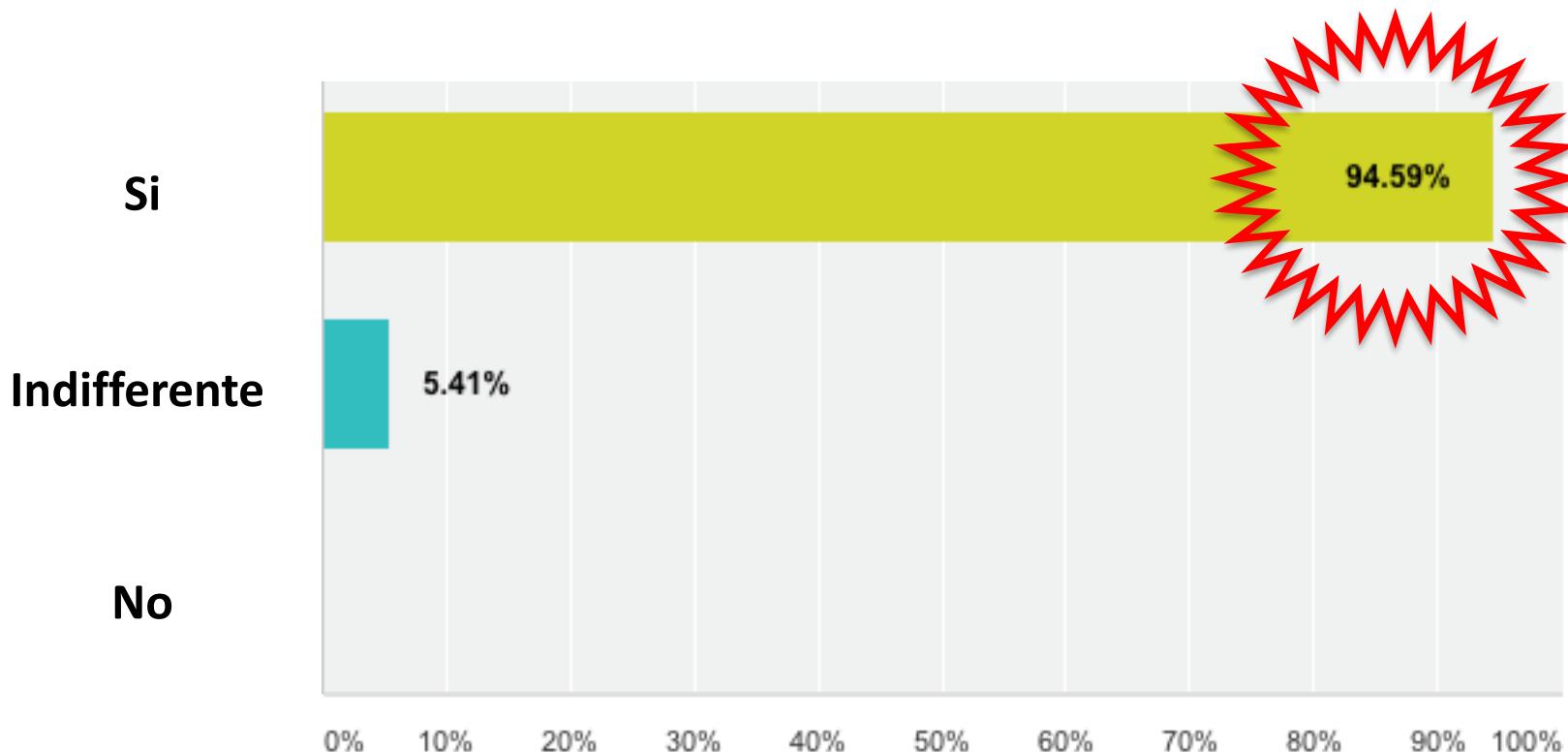
Seguici su:



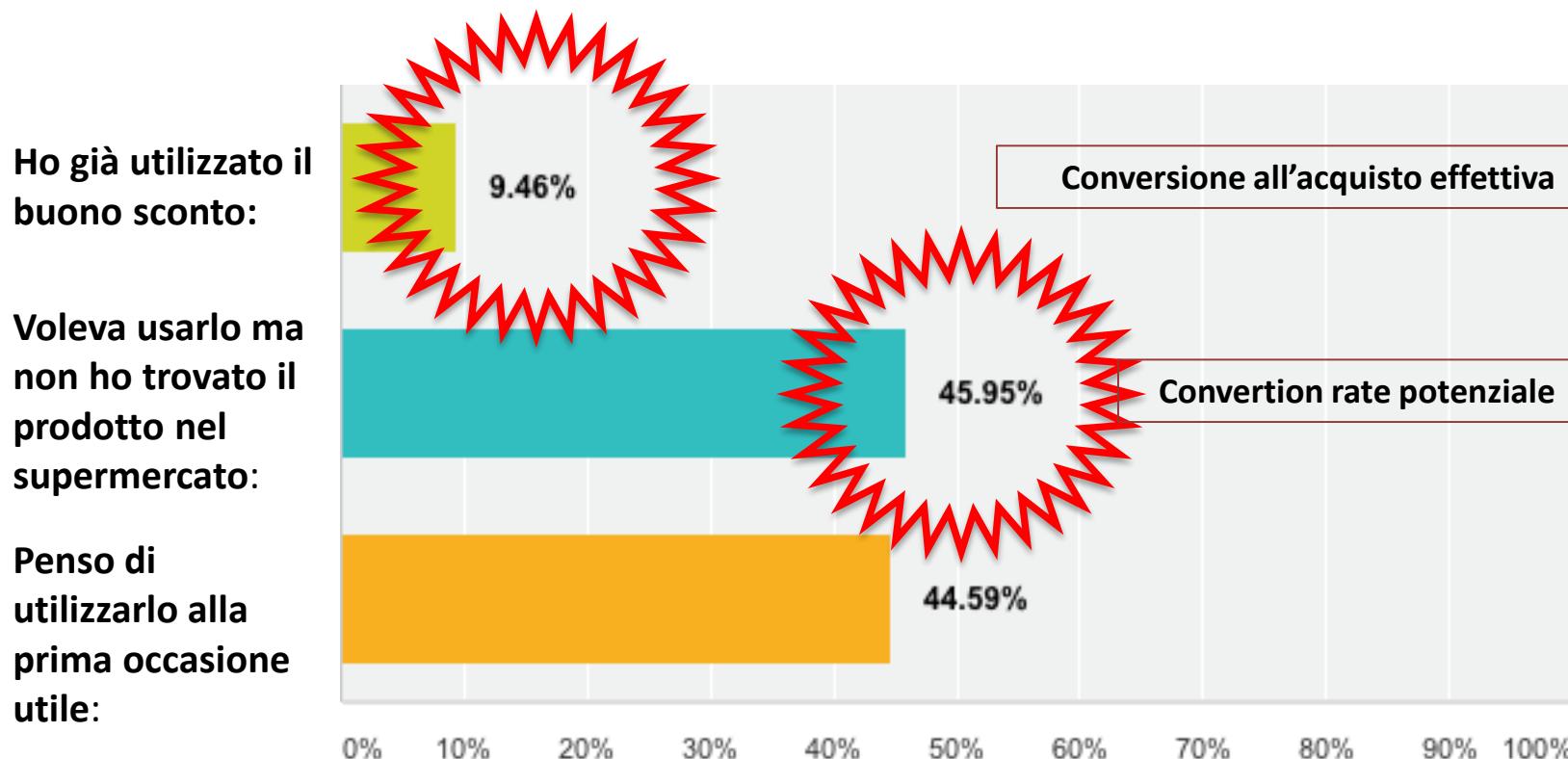
Lei è?



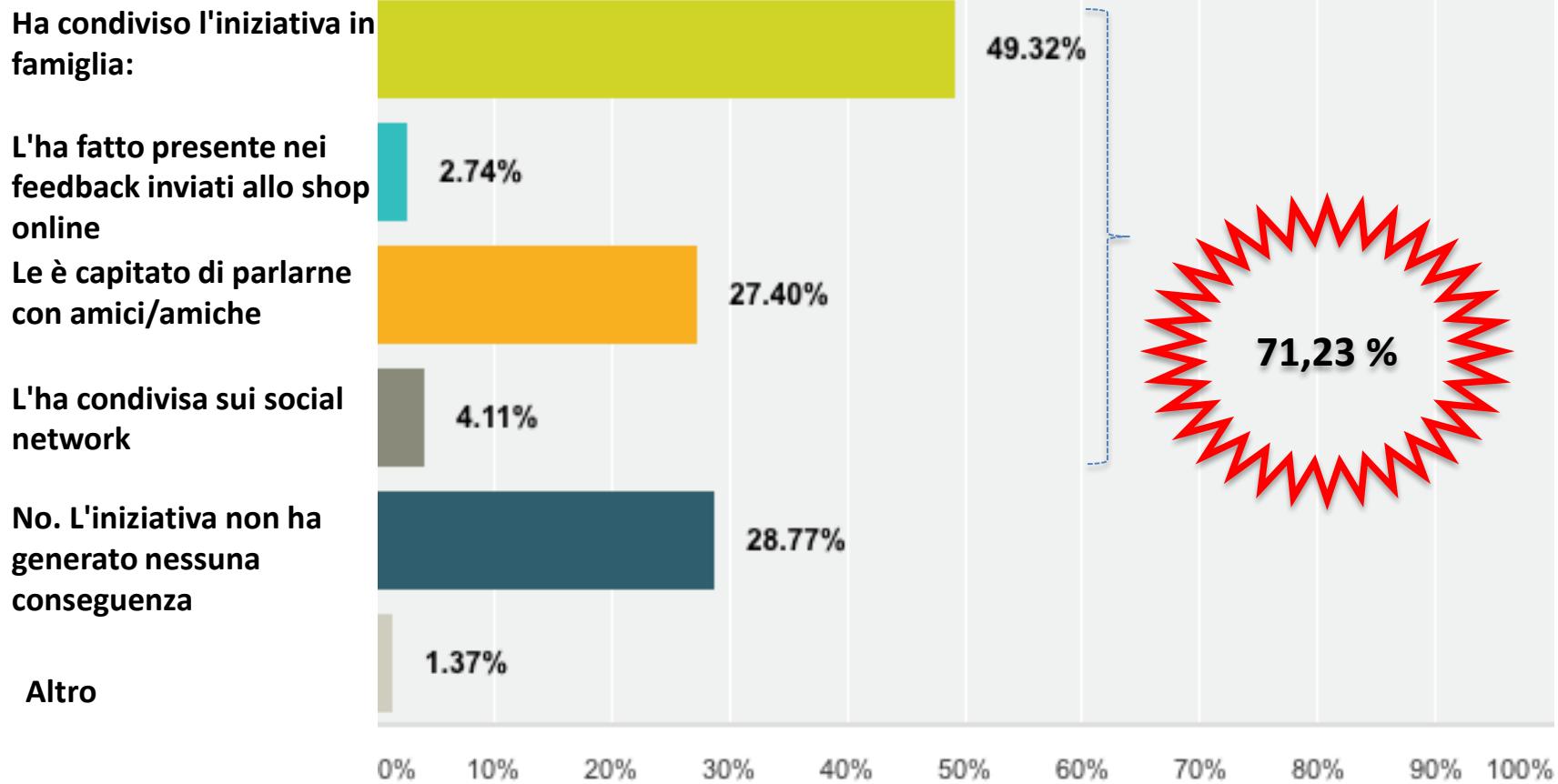
Le ha fatto piacere, per se o per i suoi figli (suo/a figlio/a), ricevere questo omaggio composto da n. 1 sample di caramelle e da un buono sconto?



Pensa di prendere (o ho già preso) in considerazione l'idea di utilizzare il buono sconto per acquistare una confezione di caramelle The Natural?



Il fatto di aver trovato all'interno del suo pacco un sample di caramelle ha generato qualche conseguenza? risposta multipla



Feedback acquirenti online

Recensione del 12/02/2015

RECENSIONE VENDITORE



"Servizio impeccabile, inoltre ho ricevuto anche un cadeau che non mi aspettavo. Grazie"

Hai trovato utile questo commento?  Si  No



 Perfetto, veloce e zero problemi. Grazie anche per le gommosse nel pacco! :)))
Vassoio Gioco Slex (#281594514921)

Acquirente:
EUR 19,40

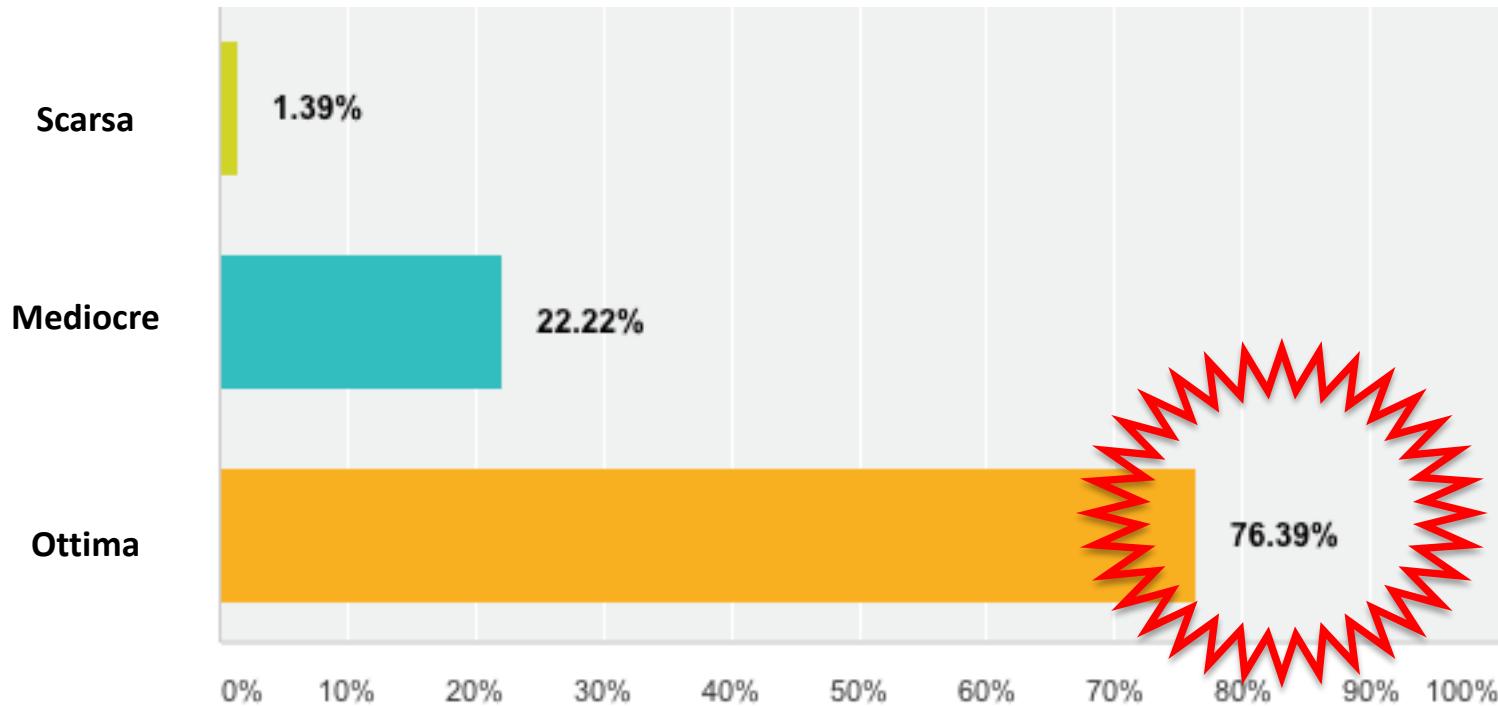
 Dvd nuovo, ancora imballato. Spedizione veloce con simpatico omaggio. Consigliato!
Pane e libertà - Giuseppe Di Vittorio (2 Dvd) (#281577537406)

Acquista
EUR 21

 Un po lento a spedire ma ha aggiunto caramelle per i bambini! Simpatico.
Floid Gel Barba - 125 ml - (#281596851945)

Acquirente:
EUR 6,90

Se dovesse dare una valutazione complessiva all'iniziativa (Sample caramelle + buono sconto inseriti nel pacco del suo ordine online) da 1 a 3 in cui 1 è scarso, 2 mediocre e 3 ottimo, che valutazione darebbe?





E-Survey Simple Sample campaign



Bacche di *Goji*
e biancospino

L'originalità al servizio del gusto!



Arancia

Una sprizzata di freschezza e vitalità!



Banana

Energia da vendere quando la vita si fa più intensa!



Mela

La bontà senza peccato!



Fragola

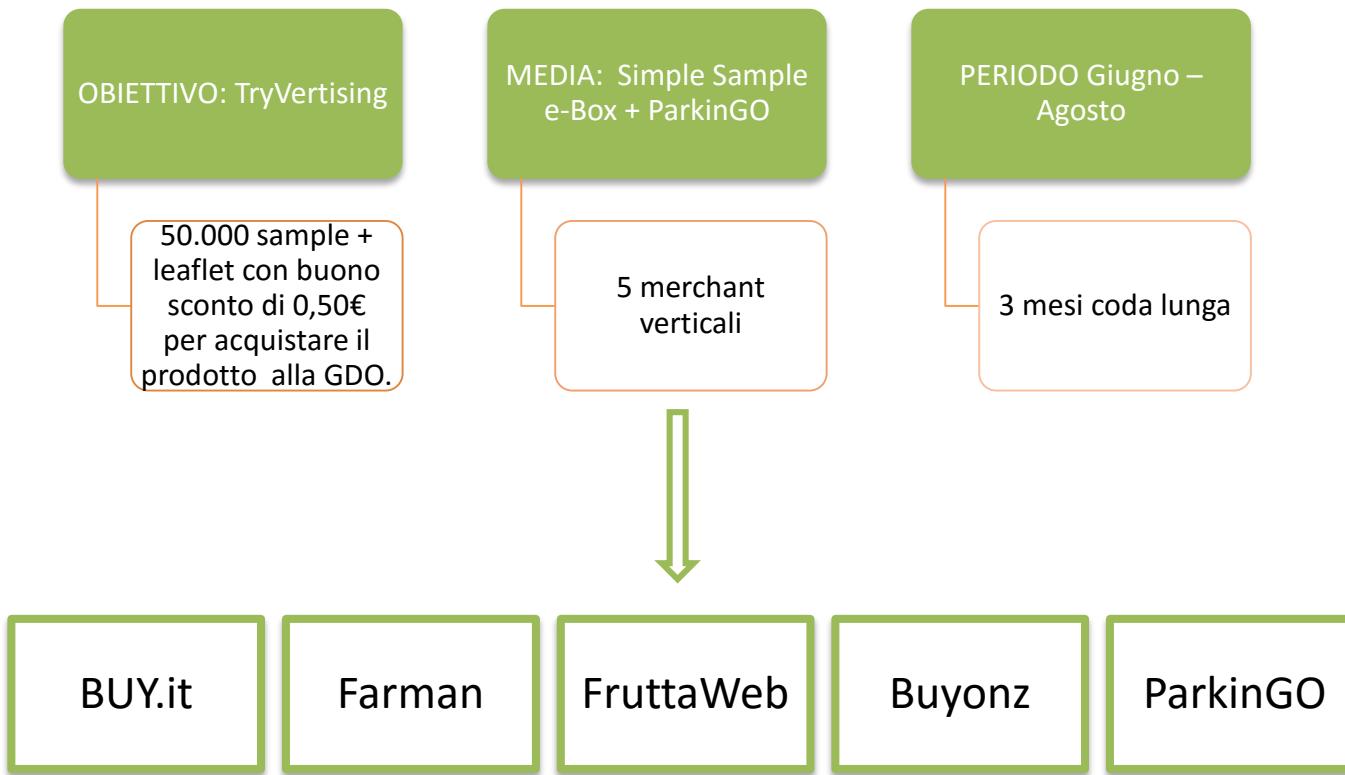
Un'irresistibile dolcezza!



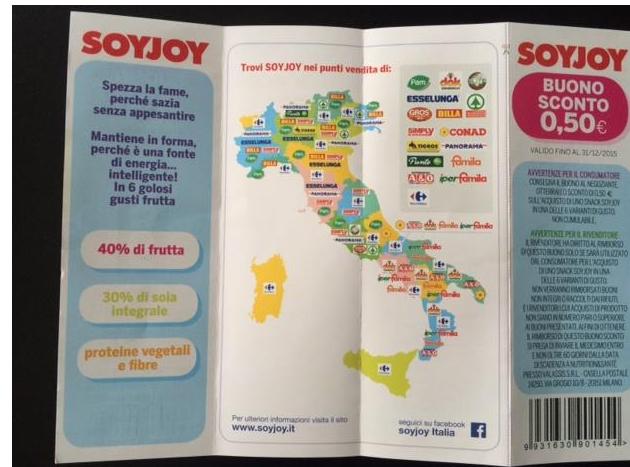
Mirtilla

Un'esplosione di piacere garantita

Introduzione



Sample pack



Report | Foto di merchant



ParkinGO



Farman



Buy.it



FruttaWeb

ParkinGO



Roma



Bergamo



Venezia



Verona

Report | Mistery Shopping



Farman



Farman



FruttaWeb



FruttaWeb

Presenza sul web

The Unconventional Media

TUM

MEDIA NON CONVENZIONALI CIRCUITI GALLERIA BLOG CONTATTI

tu sei qui : Blog >> Campagna sampling #SoyJoy snack alla soia

10.lug Campagna sampling #SoyJoy snack alla soia



Campagna sampling SoyJoy. Buonissimo snack alla soia in 6 gusti differenti. La campagna ha coinvolto merchant netretail e il circuito ParkingGO.

Il sample era associato ad un leaflet a 4 ante informativo contenente un buono sconto per l'acquisto del prodotto. Il tutto chiuso in un film trasparente.



Non sono mancati anche questa volta i feedback positivi, spontanei, da parte dei clienti finali.

Scrivimi

Il mio primo acquisto arrivato in due giorni (sempre a quattro, eccellenza!!!) Naturale buon e sottile. Anche la busta all'interno in omaggio era meravigliosa! vorrei avere anche un nuovo cliente fiero grande.

Fruttaweb ha risposto:

Grazie! Torna presto a MR :)

SIMPLY SAMPLE

Tags

- ParkingGO tumitalia Panna Chef
- In-Home ADV
- unconventional sampling
- AirFrance Elyse' Volotea Teatro
- Massimo Palermo Lufthansa
- Direct Marketing Penna Chef
- Les Voile sampling

Simple Sample

Latte Elyse'

ipsum #VoloteaAmbassador fruttaweb Volotea Palermo The Natural Confectionery Soyjoy Montezuma Parmalat Disneyland Paris e-Box Veetible TUM Italia Air France Ioren

Scrivimi

Il mio primo acquisto arrivato in due giorni (sempre a quattro, eccellenza!!!) Naturale buon e sottile. Anche la busta all'interno in omaggio era meravigliosa! vorrei avere anche un nuovo cliente fiero grande.

Fruttaweb ha risposto:

Grazie! Torna presto a MR :)

SIMPLE SAMPLE EUROPE

TUMItalia @TUMItalia

#SoyJoy #Fruttaweb #tumitalia feedback "complimentosi" fa sempre piacere a tutti fb.me/7ylVmrZqG

18:17 - 31 lug 2015

Rispondi a @TUMItalia

TUMItalia

My First Tab x + Componi messaggio...

Tweets Inviati TUMItalia

Fulvio Zendrini spotandweb.it/news/796568/ri...

TUMItalia

Jul 14, 6:01pm tramite Hootsuite

Ti amo, Ti Lascio, (lettera a un cliente) di Emanuele Nenna. Da leggere !!! ow.ly/PB6le

1 preferito

TUMItalia

Jul 03, 9:03am tramite Everpost

#SoyJoy in omaggio con [#tumitalia](http://goo.gl/4U4glM)



Home TUM Italia | The Unconventional Media

TUM Italia | The Unconventional Media

Jul 27, 10:19pm - Pubblico

#SoyJoy + buono sconto! magari www.soyjoy.it



TUM Italia | The Unconventional Media

May 19, 2:33pm - Pubblico

ha già utilizzato il buono sconto? 7.14% volevo utilizzarlo ma non ho trovato il prodotto a scatola 44,64%

I miei post TUM Italia

TUM Italia

Jul 31, 6:17pm

#SoyJoy #Fruttaweb #tumitalia feedback "complimentosi" fa sempre piacere a tutti

15 giorni lavorativi e qualità; eccezionale!!! Ha eravilgiosal ormai avete un nuovo cliente fis

TUM Italia

Jul 30, 2:31pm

#delmonte #milano "vuoi una banana?" "si grazie" e la call to action? come fa il cliente a valutare

e-Survey qualitativa

E-Survey

- **METODOLOGIA:**

Dem dedicate inviate da 3 merchant alla customer base oggetto della campagna SOYJOY

- **STRUTTURA LOGICA:**

Sette domande, chiuse

- **PARTECIPANTI:**

—

- **CALENDARIO**

Farman: Domenica, 27/09/2015

Frutta Web: Martedí 29/09/2015 e Giovedí 01/10/2015

ParkinGO: Venerdì 25/09/2015

Creatività Dem dedicate

ParkinGO 20 years

[PRENOTA ORA](#) [Dove Siamo](#) [Come Funziona](#) [Convenzioni Promo](#) [Chi Siamo](#) [News & Media](#)

[Area Riservata](#)

28-08-15 **ParkinGO e Il Bottu**
ParkinGO supporta Alessandro Bottu perché ne condivide i valori...
[LEGGI](#)

20-07-15 **A Leolandia con le notti magiche**
Un'estate all'insegna dei cartoni animati!
[LEGGI](#)

31-08-15 **Nuovo BuggyGO al ParkinGO Olbia**
Nei ParkinGO cerchiamo sempre strategie e curiosità per stupire e soddisfare i nostri clienti ed eccovi l'ultimo arrivato: il BuggyGO!
[LEGGI](#)

30-06-15 **Novità nei ParkinGO: immagine e tecnologia**
Nuovi mezzi nella flotta ParkinGO e novità tablet e sms.
[LEGGI](#)

25-05-15 **ParkinGO Pisa ottimizzazone della struttura !!**
Il parcheggio ParkinGO Pisa cambia
[LEGGI](#)

28-08-15 **Mission Impossible Rogue Nation arriva nei ParkinGO!**
Universal e ParkinGO ancora insieme
[LEGGI](#)

28-07-15 **Affrettati a prenotare il tuo parcheggio ParkinGO!**
Ecco perchè prenotare il parcheggio in anticipo
[LEGGI](#)

30-06-15 **ParkinGO: 20 anni di qualità nei parcheggi aeroportuali e portuali**
ParkinGO, ecco come un'azienda nata da un'intuizione è diventata una "potenza" a livello nazionale e valica i confini italiani: prima meta Spagna
[LEGGI](#)

25-05-15 **PARTECIPA AL SONDAGGIO SOYJOY**
Barrette in regalo ai clienti ParkinGO
[LEGGI](#)

ParkinGO 20 years

[PRENOTA ORA](#) [Dove Siamo](#) [Come Funziona](#) [Convenzioni Promo](#) [Chi Siamo](#) [News & Media](#) [Area Riservata](#)

ITA ENG

PARTECIPA AL SONDAGGIO SOYJOY

ParkinGO ha scelto TUM Italia, agenzia specializzata in pianificazioni media non convenzionali, per la gestione della campagna di TryVertising di SOYJOY, snack alla soia distribuito da Nutrition & Santé.

I clienti dei parcheggi ParkinGO di Milano Malpensa T1 e T2, Orio al Serio, Linate, Fiumicino, Ciampino, Venezia, Verona e Torino, nei mesi estivi, hanno avuto la possibilità di assaggiare gratuitamente SOYJOY, un buonissimo snack alla soia in 6 gusti differenti.

I samples si trovava nei nostri desk di check in/ out ed erano associati a un leaflet informativo con un buono sconto per l'acquisto del prodotto singolo di 0,50 centesimi.

Invitiamo tutti i fortunati che hanno ricevuto in omaggio lo snack SOYJOY a partecipare al sondaggio (anonimo e veloce) relativo al gradimento di questa iniziativa.

Clicca qui per partecipare al sondaggio.

HAI RICEVUTO IN OCCASIONE DELLA TUA SOSTA NEI PARKINGO, UNA BARRETTA SOYJOY?

syrey soy joy



CLICCA QUI E PARTECIPA AL SONDAGGIO

ParkinGO

Susine Autumn Giant Extra su FruttaWeb.com

Dalle campagne romagnole un prodotto di altissima qualità.
fino a mercoledì 30/09 in **sconto del 15%**

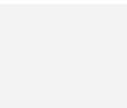
[Approfitta subito dell'offerta](#)



Ed inoltre, altre varietà di susine disponibili...



[Susine Settembrine o Anna Spoth](#)



[Susine gialle](#)



[Acquista susine fresche su FruttaWeb.com](#)

**HAI RICEVUTO NEL TUO PACCO
UNA BARRETTA IN OMAGGIO
SOYJOY?**



[PUOI DARCI LA TUA OPINIONE?](#)



FarMan

Il mio benessere in un click



Numero Verde
800.974036

Newsletter - n.11 settembre 2015

Se non visualizzi correttamente la newsletter [clicca qui](#)

**HAI RICEVUTO NEL TUO PACCO
UNA BARRETTA SOYJOY ?**



[CLICCA QUI E PARTECIPA AL SONDAGGIO](#)

Scegli tra le nostre categorie di prodotti



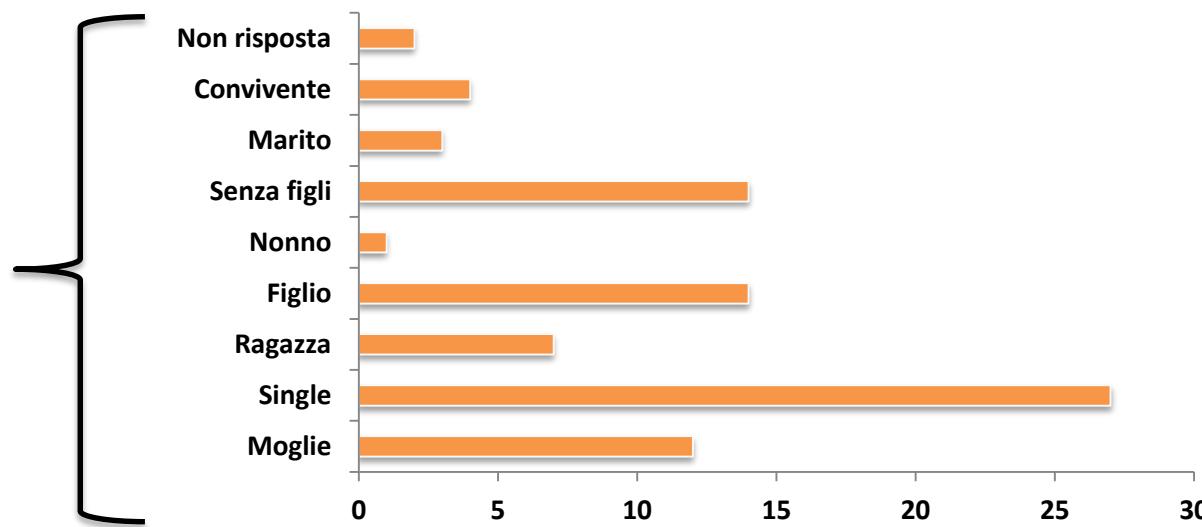
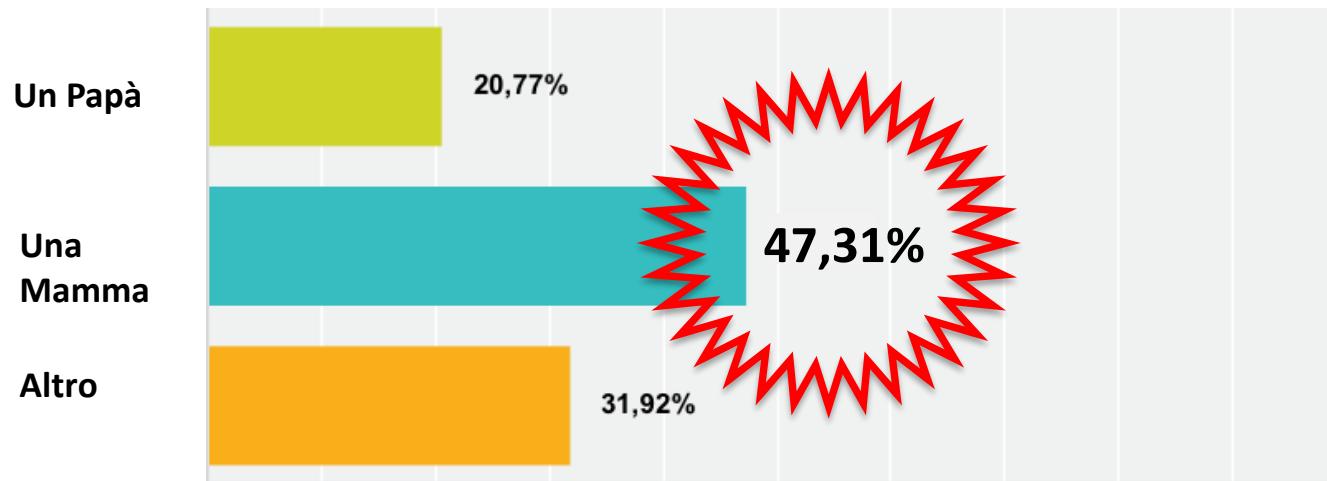
[Leggi tutte le news](#) | [Visita lo store](#) | [Collabora con noi](#)

Farman

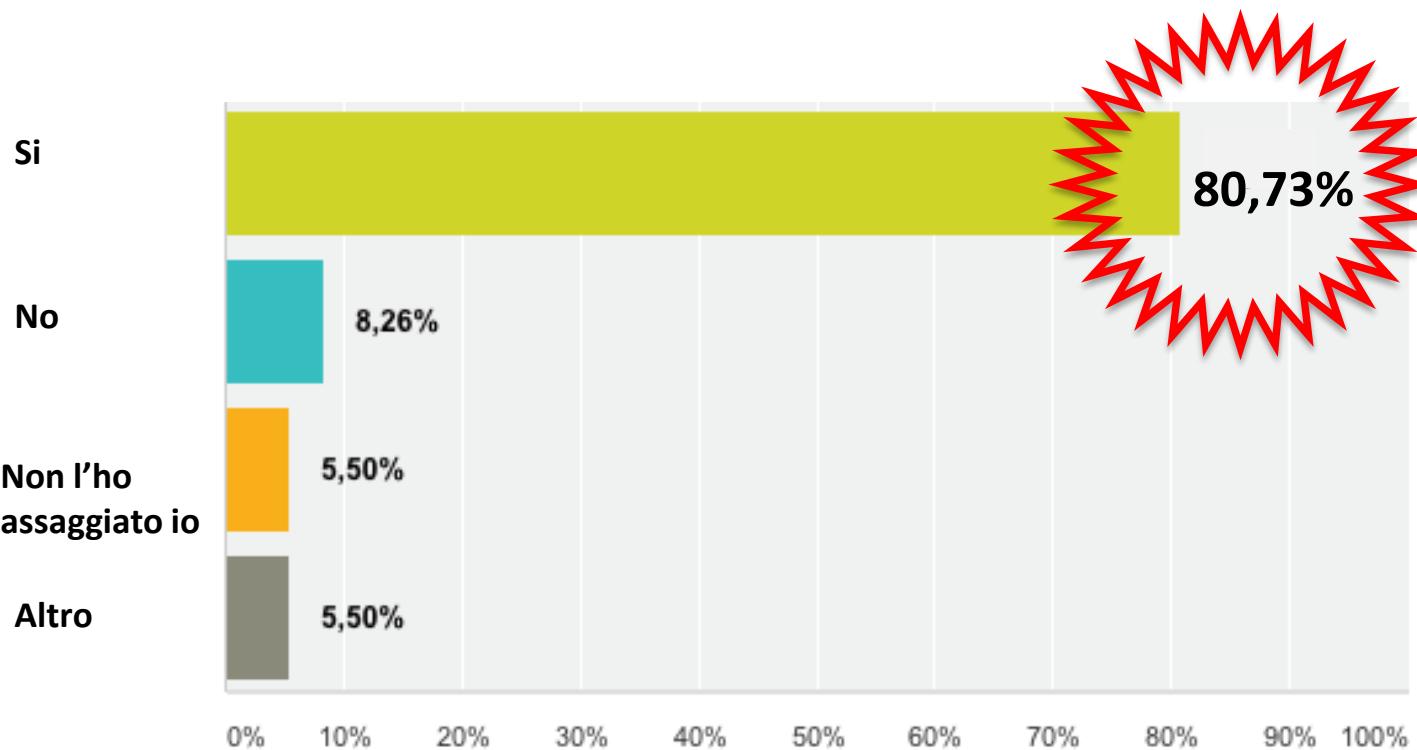
FruttaWeb

Risultati e-survey

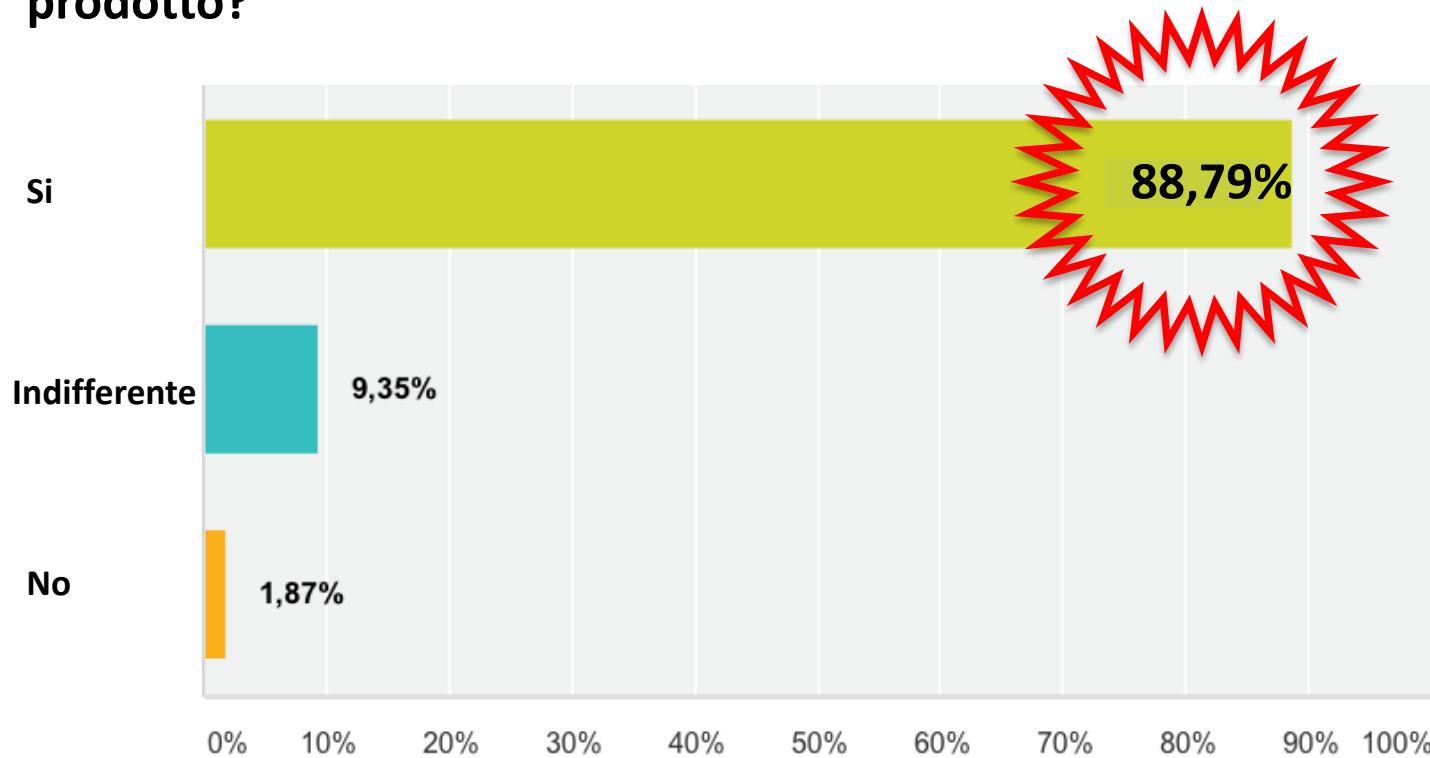
Lei è?



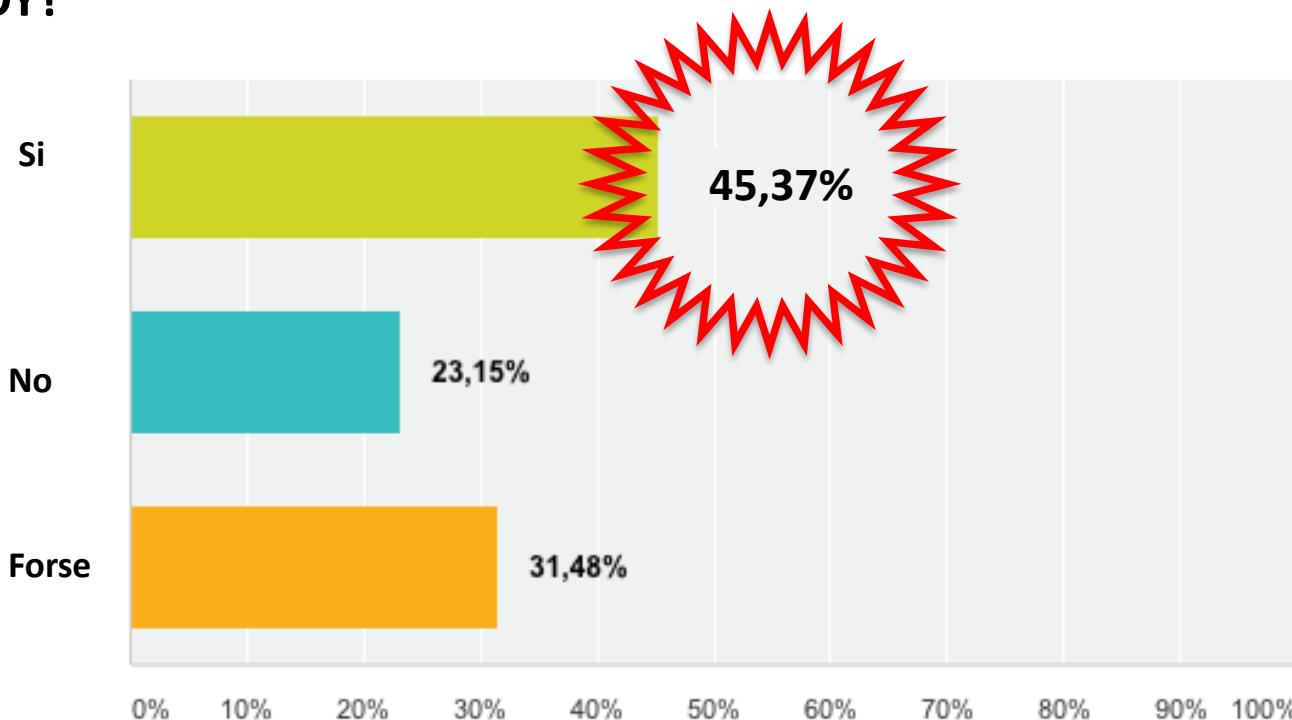
Le è piaciuto lo snack SOYJOY?



Le ha fatto piacere ricevere questo omaggio composto da n. 1 barretta SOYJOY e da un buono sconto di 0,50€ per acquistare il prodotto?



Pensa di prendere (o ho già preso) in considerazione l'idea di utilizzare il buono sconto di 0,50€ per acquistare una barretta SOYJOY?



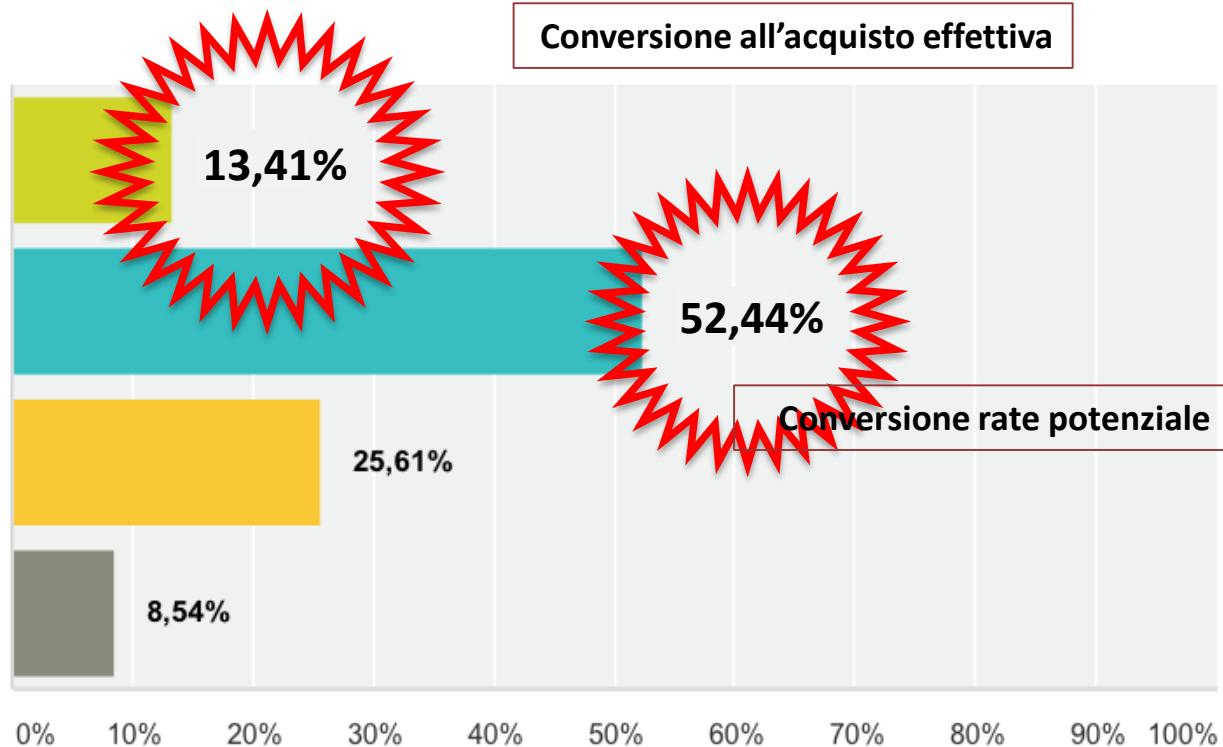
In questo caso

Ha già utilizzato il buono sconto

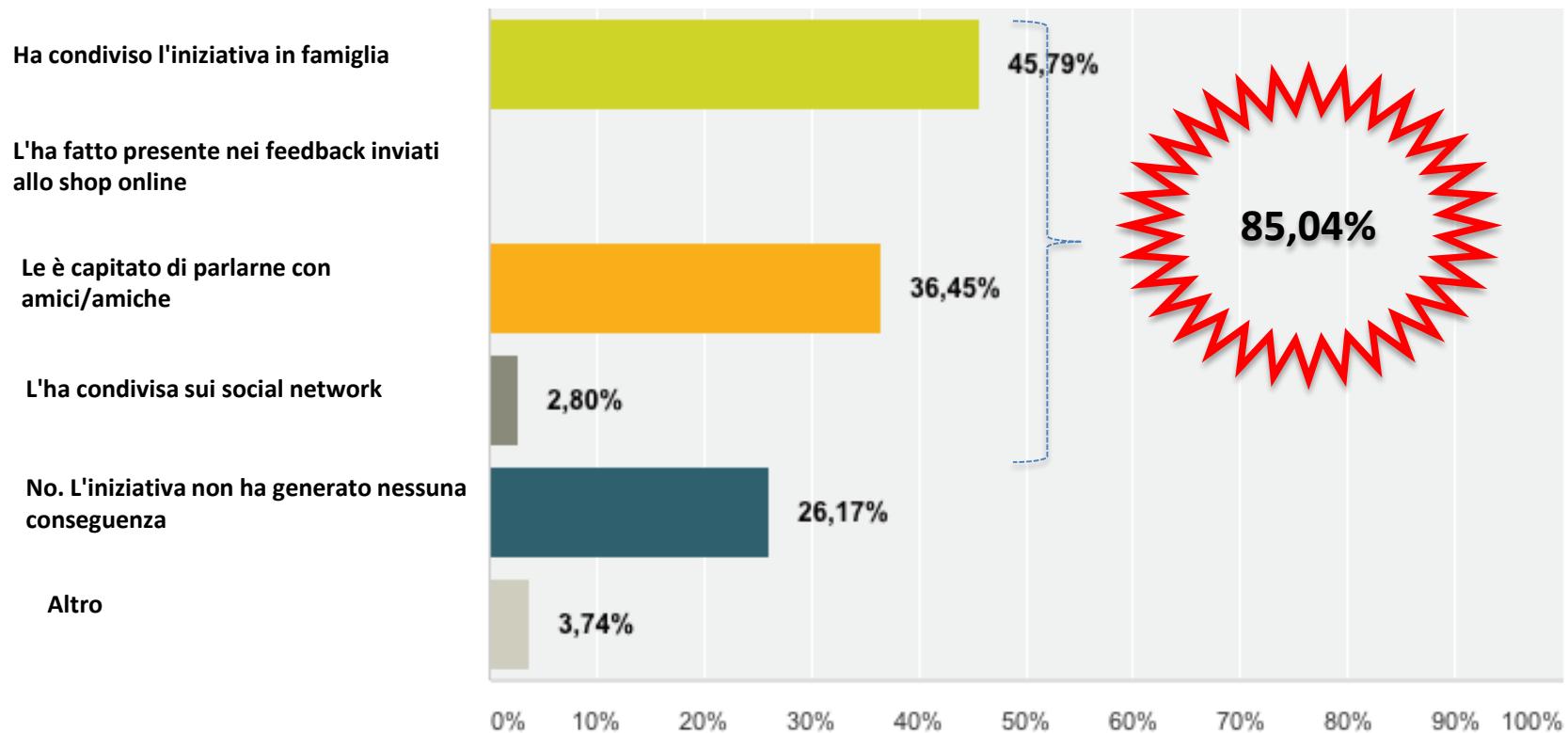
Voleva usarlo ma non ha trovato il prodotto nel supermercato dove si reca di solito

Pensa di utilizzare il buono sconto alla prima occasione utile

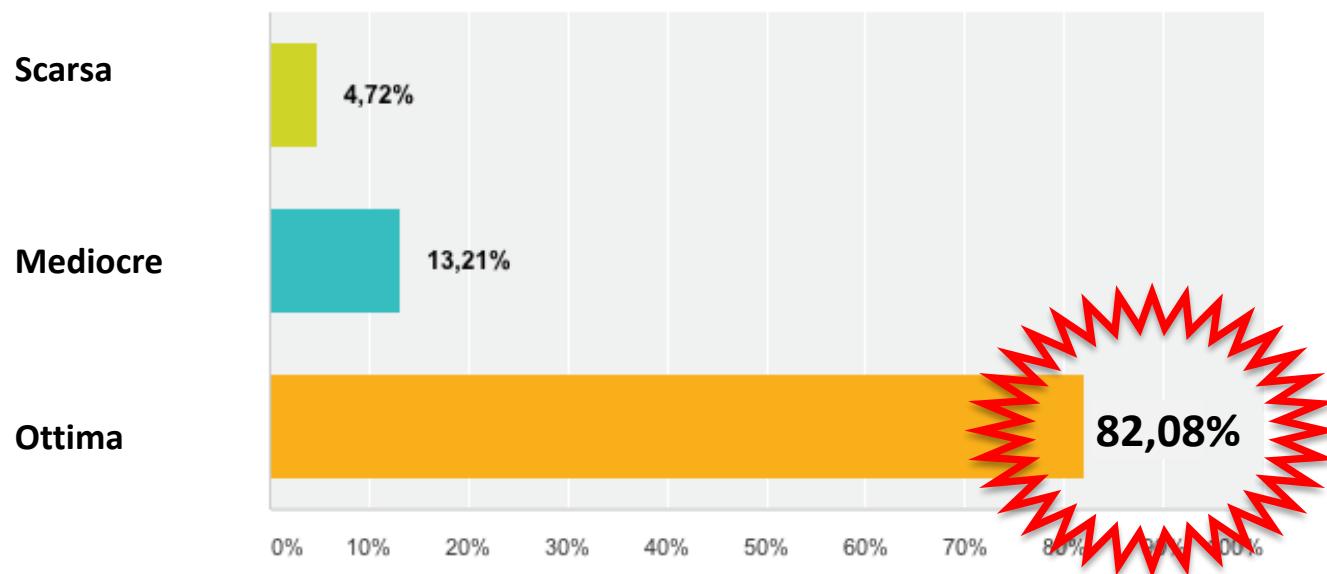
Altro



Il fatto di aver trovato all'interno del suo pacco uno snack SOYJOY in omaggio ha generato qualche conseguenza? risposta multipla



Se dovesse dare una valutazione complessiva all'iniziativa (Omaggio associato al suo ordine online composta da uno snack SOYJOY in omaggio + buono sconto di 0,50€) da 1 a 3 in cui 1 è scarso, 2 mediocre e 3 ottimo, che valutazione darebbe?



Case History | AirFrance

AirFrance OBIETTIVO: leads generation. TARGET: Uomini e Donne. Merchant unico: Zalando. Offerta online con codice sconto QR code



AIRFRANCE
FRANCE IS IN THE AIR

Scopri **PARIGI** con le tariffe MiNi,
a partire da **39 euro, solo andata.**

Voli quotidiani diretti da nove città italiane.
[Scopri le tariffe per Parigi passando il tuo smartphone sopra il QR qui a lato.](#)

AIRFRANCE.IT



Case History | Disneyland Paris

Disneyland Resort OBIETTIVO: Supporto alla campagna promozionale. TARGET: famiglie con bambini. Quantità: 66.000. PACK: leaflet A4 con call to action verso il web. Merchant pianificati n. 7 NetRetail e 130 Retail. REDEMPTION: nd



Case History | Lufthansa

Disneyland Resort OBIETTIVO: Attività di marketing diretto con call to action digital attraverso Qrcode. Un solo merchant netretail. REDEMPTION: nd



Case History | SoyJoy

Nutrition & Santè OBIETTIVO: Attività di TryVertising con call to action all'acquisto presso la GDO. Merchant netretail e retail con il circuito ParkinGO. Un totale di 50.000 con 4 merchant.

REDEMPTION: **13,41%** conversion rate buono sconto, **85%** sharing iniziativa



Case History | Bepanthenol

BAYER, committente Mediacom **BRAND**: Bepanthenol **TARGET**: 0-3 **OBIETTIVO**: Attività di TryVertising con **duplice call to action** prova prodotto e card 4mums (club online). **Merchant** netretail oltre 7 verticali con target certo al 100% senza duplicazioni. **REDEMPTION**: nd. Totale Box 50.000



#iorompolescatole



Campagna per il corretto smaltimento
delle scatole e-commerce.

 **comieco**
Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo
degli Imballaggi a base Cellulosica

SIMPLE SAMPLE EUROPE

Tutti i diritti sono riservati incluso il diritto di riproduzione parziale o totale in ogni forma e modo. Ogni utilizzatore del seguente testo non autorizzato da TUM Italia s.r.l. sarà perseguito a norma di legge.

Case History | Comieco

Cliente COMIECO, TARGET: > 18, OBIETTIVO: Customer education **TIPOLOGIA:** foto contest su facebook . **Merchant coinvolti:** 16 shop online
REDEMPTION: campagna in corso. Totale Box e-commerce pianificati 200.000. Email 12.000.000 + SN, redazionali, comunicati stampa ecc



BUZZMYCONTEST | Flow chart

1

Merchant NetRetail



Ecc.....

2

Foto per partecipare



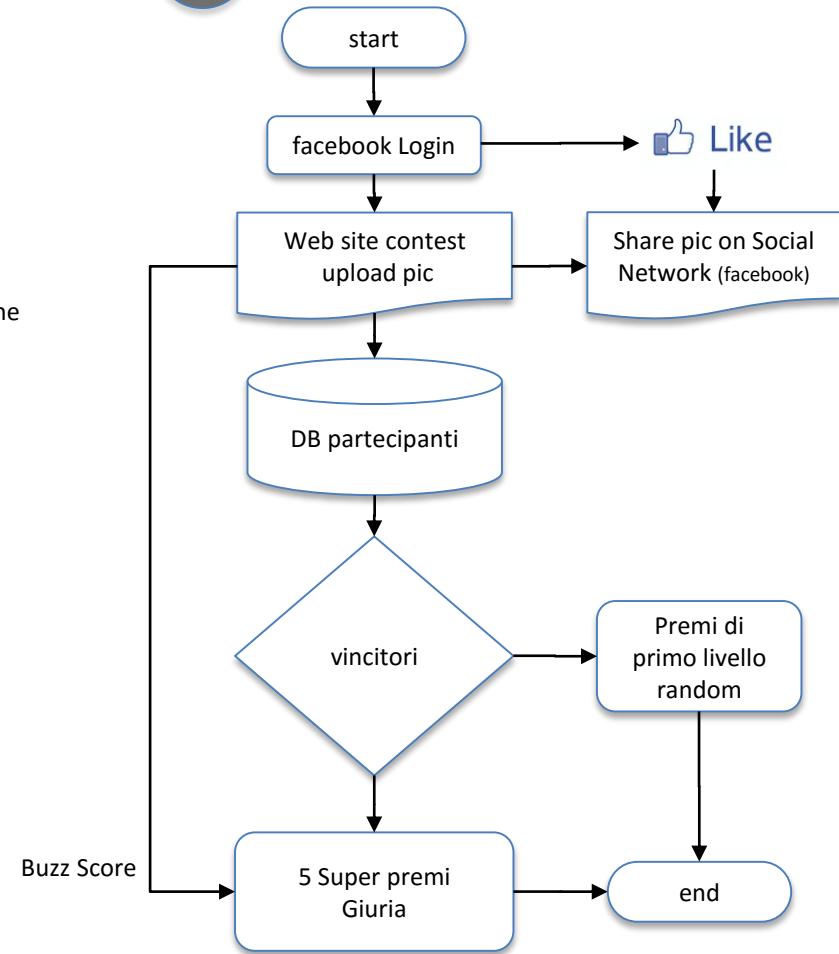
Foto corretto smaltimento cartone



Selfie per upload

3

Contest online



Presentazione Teasing #iorompolescatole

IAB

Attività teasing di presentazione campagna e generazione contenuti digitali per attività di naming protection sui social network.



FUORI IAB VEESIBLE

Presentazione in anteprima della campagna durante il fuori IAB organizzato da Veesible per generare contenuti digitali per i social network.



BUZZ



lorempolescatole

IO ROMPO LE SCATOLE!

Cartoon

Carta e Caffè

Aggiungi un commento...

lorenatiffany

SEGUI

Piace a 65 persone

6 g

lorenatiffany Se lo dice anche
#libreriauniversitaria 😬 😬
#iorompolescatole

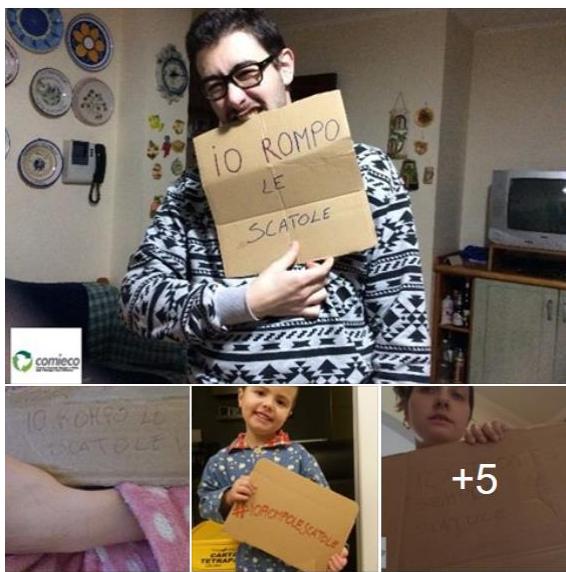
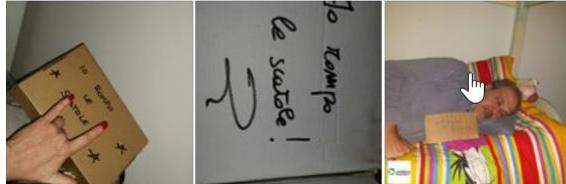
rchiddoraf 👍 😊

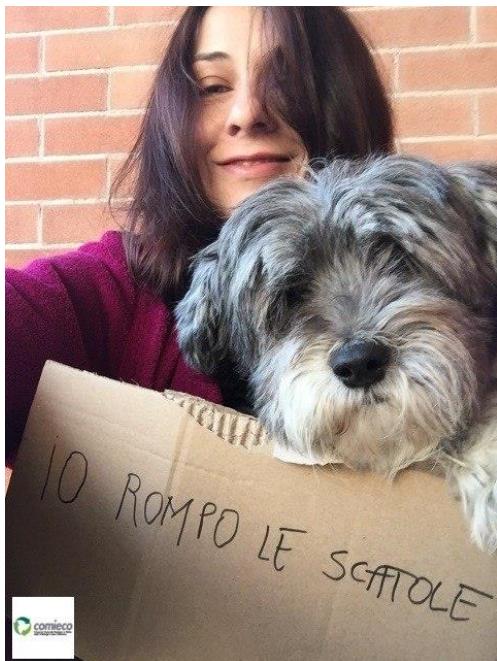
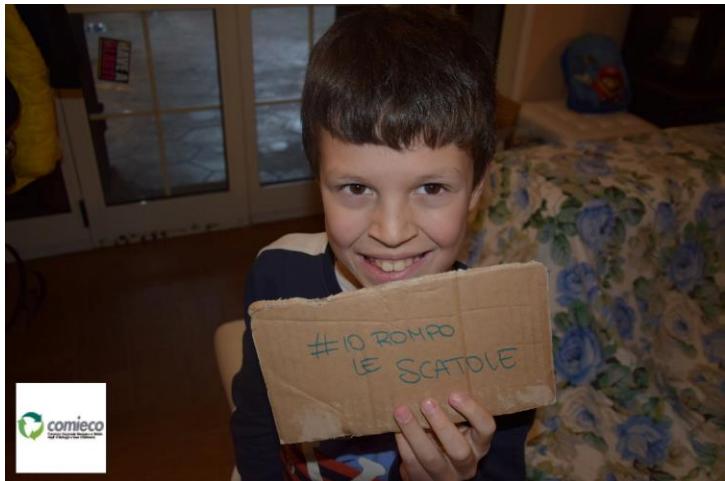
BUZZ



SIMPLE SAMPLE EUROPE

Tutti i diritti sono riservati incluso il diritto di riproduzione parziale o totale in ogni forma e modo. Ogni utilizzatore del seguente testo non autorizzato da TUM Italia s.r.l. sarà perseguito a norma di legge.





Visibilità Home Page – Paco Pet Shop

The screenshot shows the homepage of Paco Pet Shop. At the top left is the logo 'Paco Pet Shop' with the tagline 'IL MEGLIO PER CANI, GATTI & CO.'. To the right is a search bar with the placeholder 'Cerca tra migliaia di prodotti' and a green 'Trova' button with a magnifying glass icon. Below the search bar is a shopping cart icon with a red '0' inside. The main navigation menu is a green bar with links: CANI, GATTI, CONIGLI E RODITORI, ALTRI PET, DIETE & SALUTE, MARCHI, BLOG, and NATALE. The main content area features a large slide show banner for a competition. The banner includes the 'comieco' logo, a smiling man holding a sign that says 'IO ROMPO LE SCATOLE!', and text encouraging participation in an ecological competition. It highlights 'PREMI INSTANT WIN 240 BUONI ACQUISTO da € 20' and 'SUPER PREMI FINALI 5 SUPERBUONI da € 350'. Below the banner are four promotional boxes: 'SPEDIZIONE GRATIS PER ORDINI SUPERIORI A 39€', '5% DI SCONTO PER I NUOVI ISCRITTI REGISTRATI OGGI!', 'SCOPRI LA PACO CARD E TUTTI I SUOI VANTAGGI!', and 'SCONTO 5% PER ORDINI SUPERIORI A 150 EURO'. To the right of the banner is a sidebar with categories: CIBO SECCO, LETTIERE, SNACKS E LECCORNIE, GUINZAGLIERIA, ALIMENTAZIONE, and ALIMENTAZIONE QUOTIDIANA.

Banner nello slide show (in prima posizione) messo online il 07 gennaio 2016

Visibilità WEB - Redcoon

Avviso: questa e-mail non è Spam. Le è stata inviata perché Lei è iscritto/a alla Newsletter redcoon.it
Se non riesce a visualizzare correttamente questa Newsletter, per favore clicchi [QUI!](#)

The screenshot shows the Redcoon.it website. At the top, there is a red banner with the text "Il BIANCO e il NERO stanno bene con tutto!" and a "Ricerca Prodotti" button. Below this, there is a promotional banner for "comieco" featuring a man holding a sign that says "NO ROMPO LE SCATOLE!". The banner also mentions a contest "#IOROMPOLESCATOLO" with prizes: "PREMIO INSTANT WIN 240 BUONI ACQUISTO da € 20 val. da spendere online" and "GIGANTE PREMIO FINALE 5 SUPERBUONI da € 350 val. da spendere online". The main content area displays a product offer for a "Beko DS7333GX0W" washing machine. The product image is on the left, and the right side contains the product name, a list of features (Capacità 7 kg, 16 programmi, Classe energetica A+, Partenza differita 0-24 h, Funzione anti-pieghe automatico), the original price of "€ 599", the discounted price of "349,99", and a "VEDI OFFERTA" button. Below this, there are three smaller product cards: "KitchenAid 5KSM150PSEWH" (Robot da Cucina senza spese di spedizione), "Samsung UE65JU7500" (TV LED Curvo 65" senza spese di spedizione), and "Epson WF-7620DTWF" (Multifunzione 4-in-1 senza spese di spedizione). Each card has a "Spese di spedizione GRATIS" badge.

Inserimento del banner nella newsletter di Redcoon:
- 05/01/2016

THX

flavio.piazza@admisura.com | andrea@tumitalia.com | paula@tumitalia.com