

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

7

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

54,3 milioni

Acquisti online nel
trimestre

21.540.000.000
valore del mercato
dell'e-commerce in
Italia (2013)

89€

Scontrino medio
degli acquisti online

11,1 milioni

Acquirenti online
abituali (una volta al
mese)

+14,6%

Incremento del
valore del Net
Retail in Italia

10,9 milioni

Consegne medie
mensile di acquisti
online

+10,5%

Crescita degli
acquirenti online
abituali nell'ultimo
anno

Fonte Netcomm Aggiornati ad ottobre 2015

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

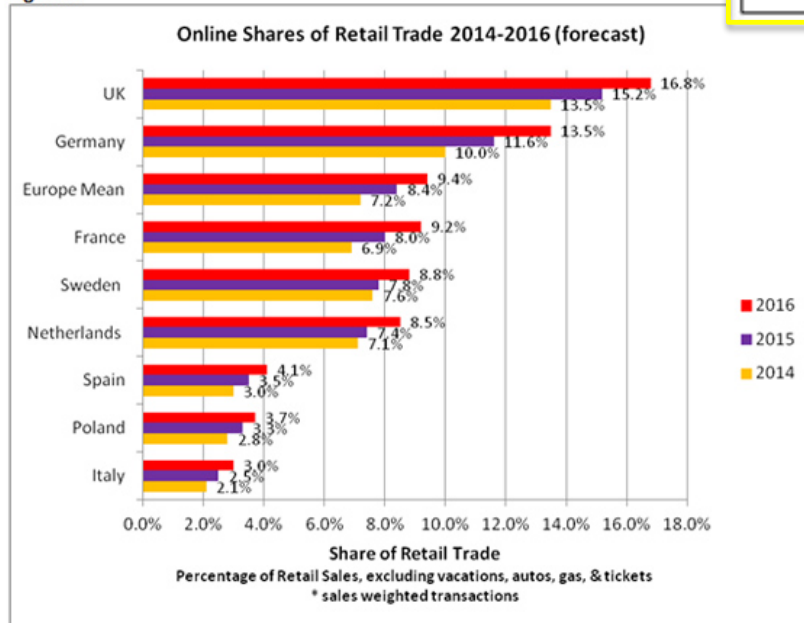
Il mercato on-line in Europa è dominato da Regno Unito, Germania e Francia, che insieme cubano l'81,5% delle vendite in Europa rispetto agli otto paesi riportato nella Tabella 1.



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/onlinereetailing.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

Strenghts 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 & Santé	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



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 STUDIA 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

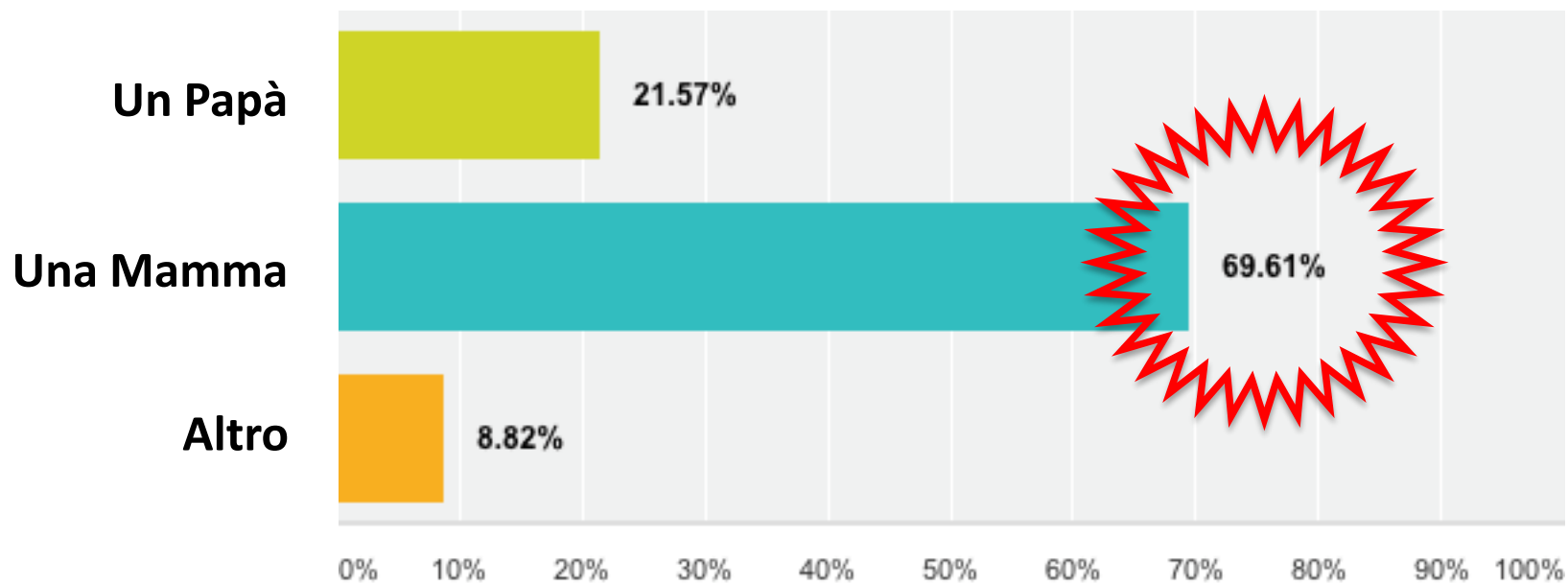


FELICI I BAMBINI, FELICE TU!

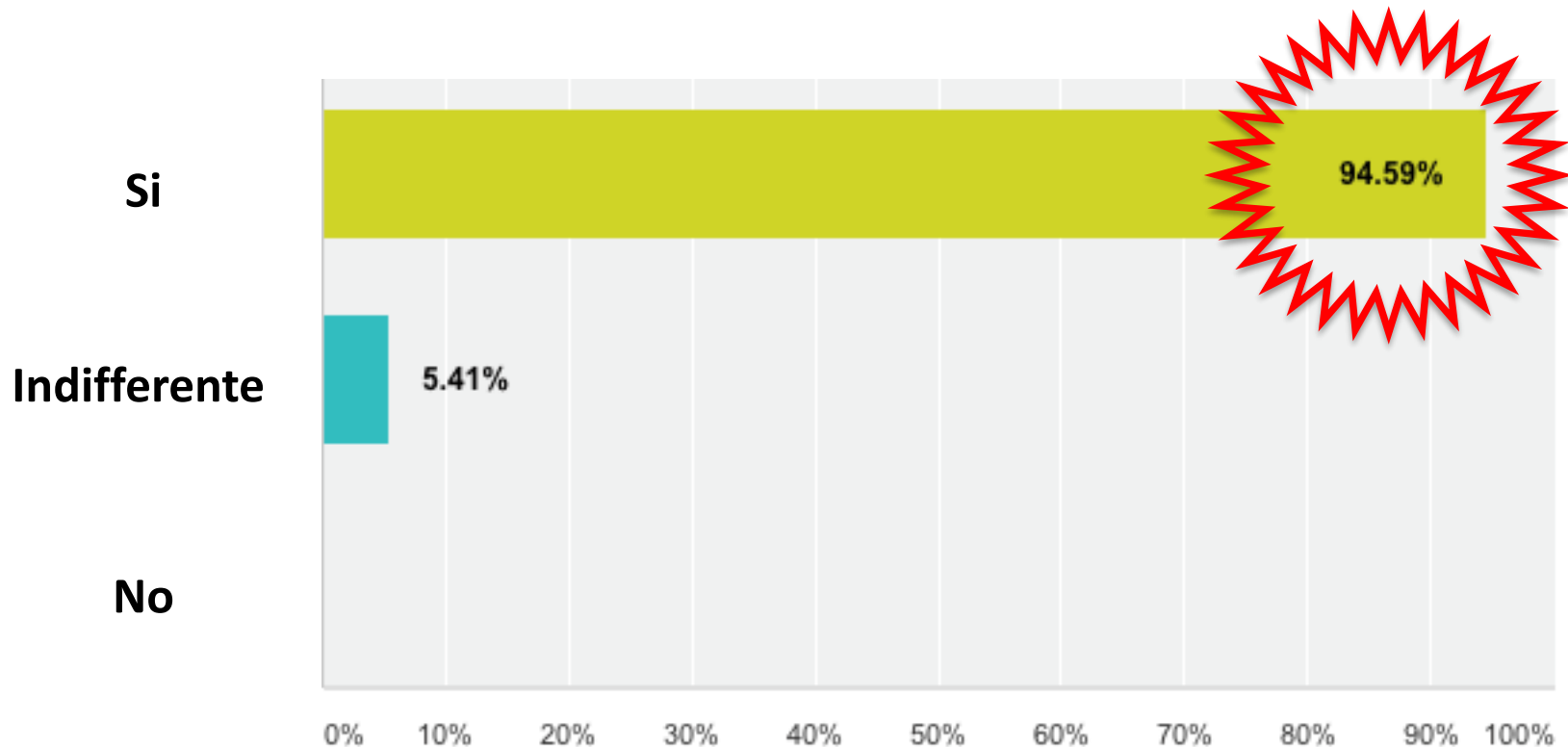
Seguici su:



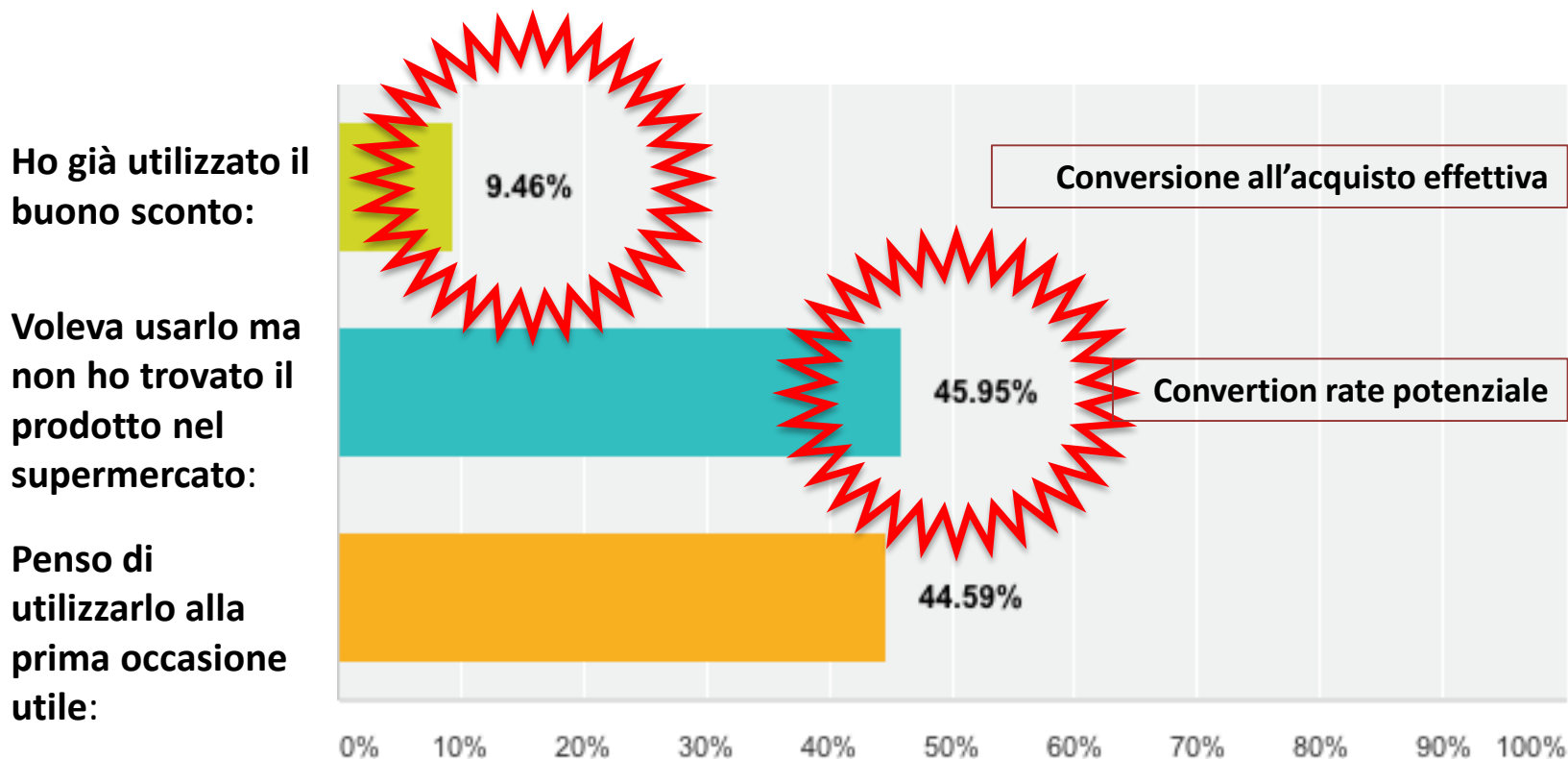
Lei è?



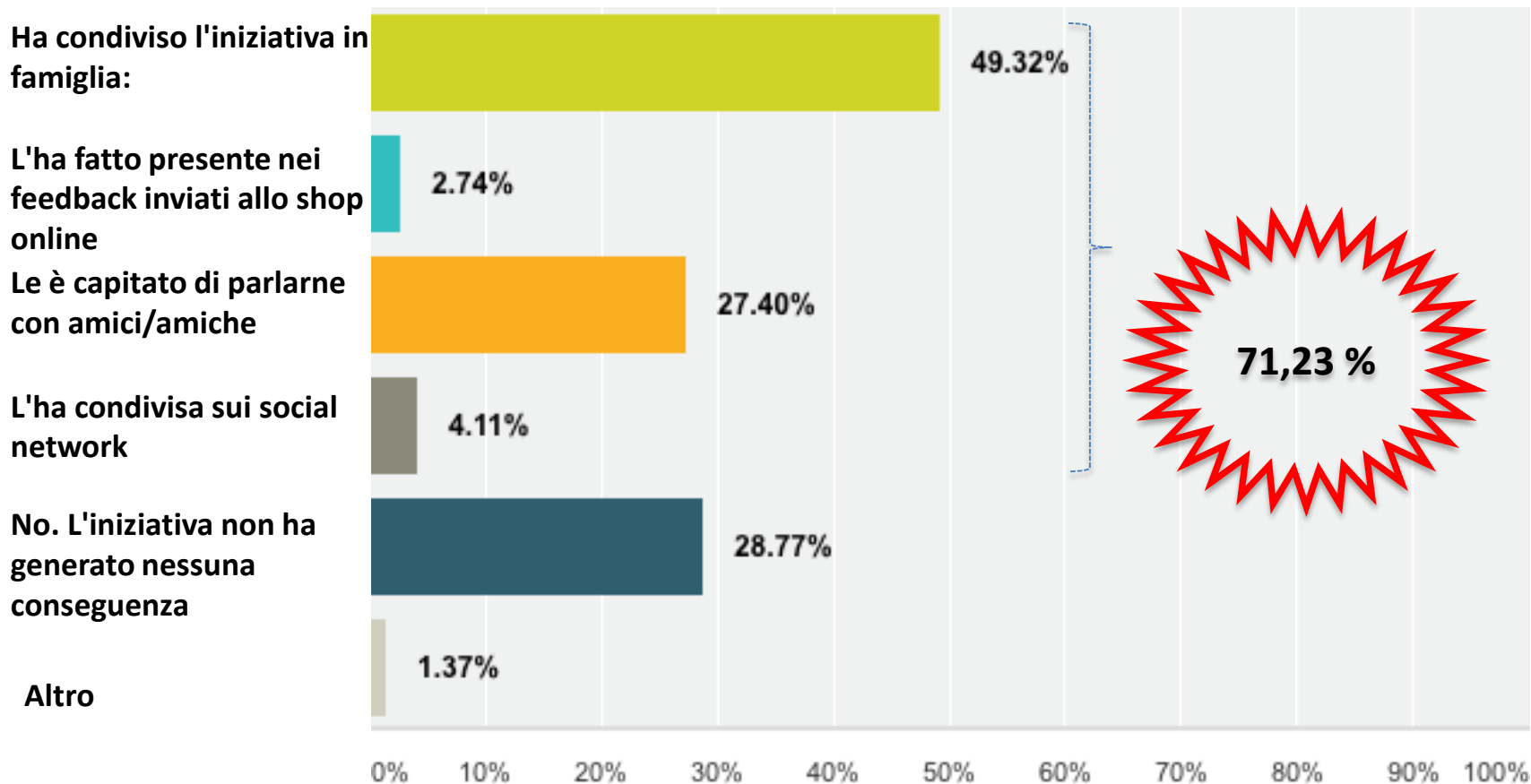
Le ha fatto piacere, per se o per i suoi figli (suo/a figlio/a), ricevere questo omaggio composto da n. 1 sample di caramelle e da un buono sconto?



Pensa di prendere (o ho ha 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? ☒ Sì ☐ No



Perfetto, veloce e zero problemi. Grazie anche per le gommose nel pacco! :)))

Acquirente: :

Vassoio Gioco Slex (#281594514921)

EUR 19,40



Dvd nuovo, ancora imballato. Spedizione veloce con simpatico omaggio. Consigliato!

Acquirente:

Pane e libertà - Giuseppe Di Vittorio (2 Dvd) (#281577537406)

EUR 21



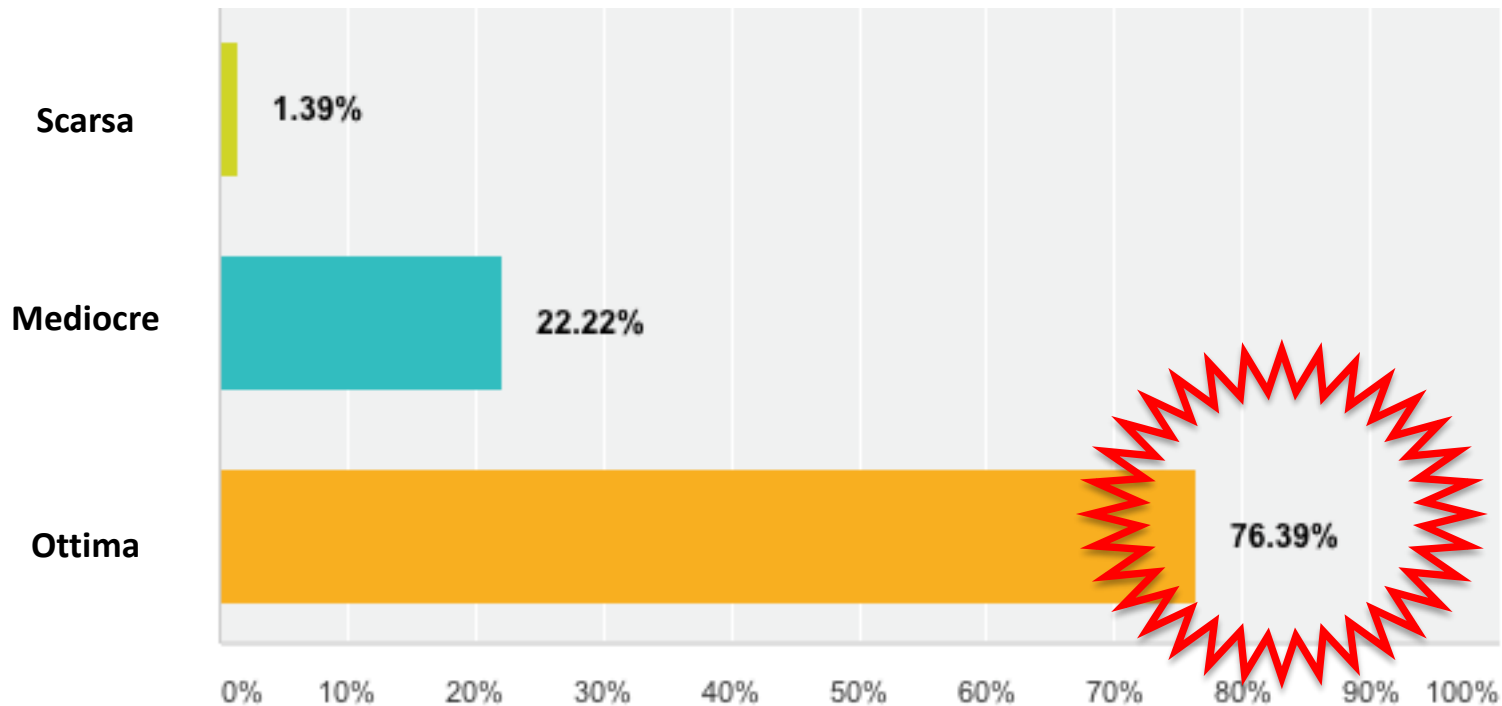
Un po' lento a spedire ma ha aggiunto caramelle per i bambini! Simpatico. ☹

Acquirente:

Floid Gel Barba - 125 ml - (#281596851945)

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?



SOYJOY®

E-Survey Simple Sample campaign



*Bacche di Gaji
e biancospina*

L'originalità al servizio del gusto!



Arancia

Una sprizzata di freschezza e vitalità!



Fragola

Un'irresistibile dolcezza!



Banana

Energia da vendere quando la vita si fa più intensa!



Mela

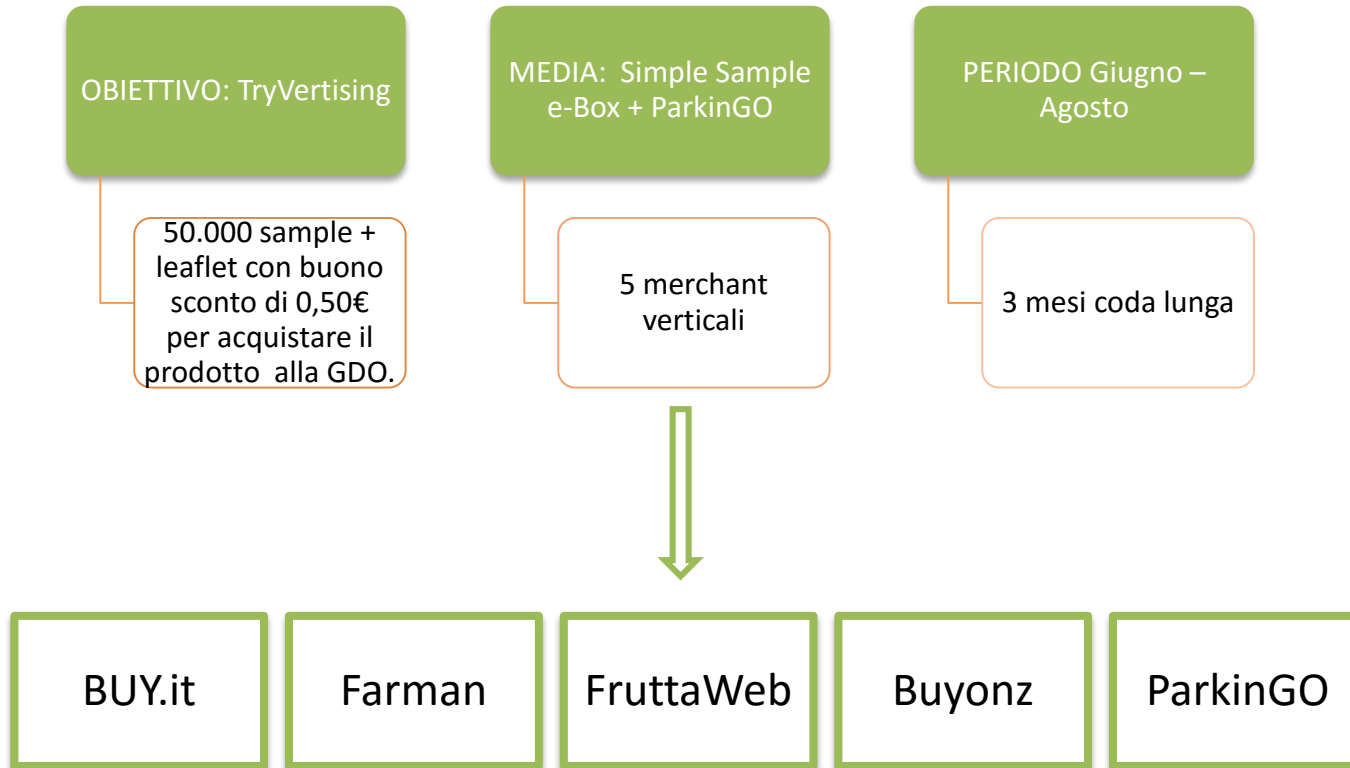
La bontà senza peccato!



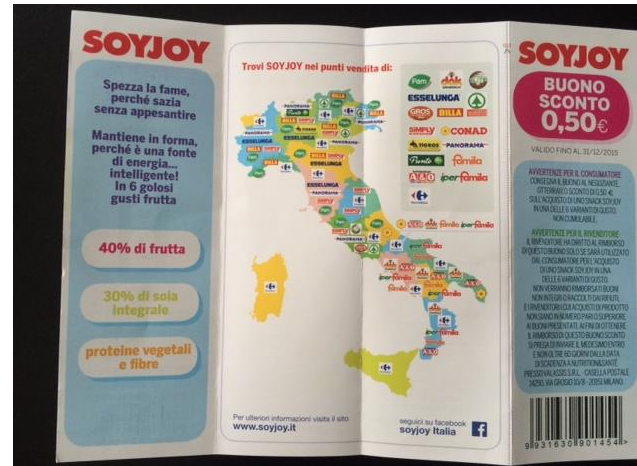
Mirtilla

Un'esplosione di piacere garantita

Introduzione



Sample pack



Report | Foto di merchant



ParkinGO



Farman



Buy.it



FruttaWeb

ParkinGO



Roma



Bergamo



Venezia



Verona

Report | Mystery Shopping



Farman



Farman



FruttaWeb



FruttaWeb

Presenza sul web



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 Parkingo

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

Scritto da: Gianluca 15-07-2015
 Il mio primo articolo online in due giorni ha ricevuto 4 commenti e 100 visualizzazioni. Anche la seconda settimana di maggio ha ricevuto 100 visualizzazioni e 100 commenti. Il tutto grazie a voi.



Latest posts

Campagna sampling #Soyjoy snack alla soia - 10.lug

Volotea Tour 2015 | Treviso Mestre e Padova #VoloteaAmbassador - 22.giu

Lufthansa campagna direct mktg con QRcode da € 20 - 10.giu

Campagna DM Air France con Simple Sample - 04.giu

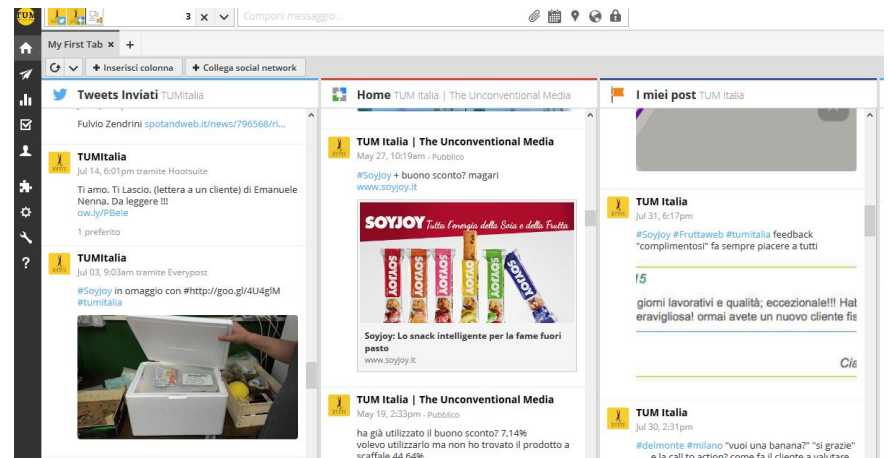
Disneyland Paris | pianificazione Direct Marketing retail e netretail con Simple Sample - 13.apr

Luglio 2015						
LUN	MAR	MER	GIO	VEN	SAB	DOM
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Tags

Parkingo TUMitalia Parma Chef
 In-Home ADV
 unconventional sampling
 AirFrance Elips Volotea Teatro
 Massimo Palermo Lufthansa
 Direct Marketing Parma Chef
 Les Voila sampling

Simple Sample
 Latte Elips
 ipsum #VoloteaAmbassador
 fruttaweb Volotea Palermo The
 Natural Confectionery Soyjoy
 Mondeliez Parmalat Disneyland
 Paris e Box Visibile TUM Italia
 Air France Loren



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: Martedì 29/09/2015 e Giovedì 01/10/2015

ParkinGO: Venerdì 25/09/2015

ParkinGO

ParkinGO	20 years	PRENOTA ORA	Dove Siamo	Come Funziona	Convenzioni Promo	Chi Siamo	News & Media	ITA ENG Area Riservata
-----------------	--------------------	------------------------	-----------------------	--------------------------	------------------------------	------------------	-----------------------------	---

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?

CLICCA QUI E PARTECIPA AL SONDAGGIO



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 Spsth](#)

[Susine gialle](#)



Acquista susine fresche su FruttaWeb.com

HAI RICEVUTO NEL TUO PACCO
UNA BARRETTA IN OMAGGIO
SOYJOY?



PUOI DARCI LA TUA OPINIONE?



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



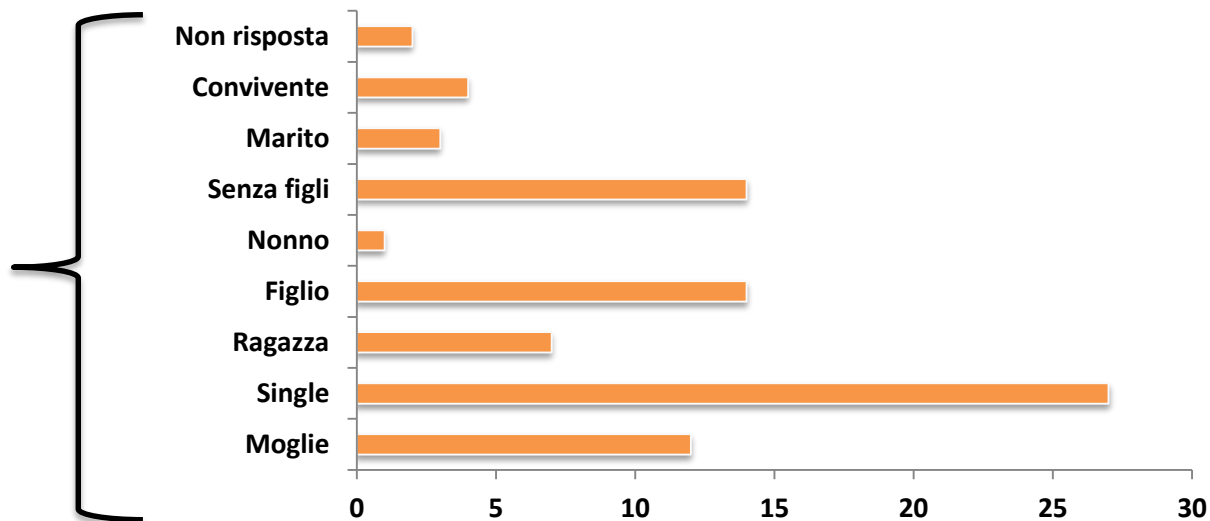
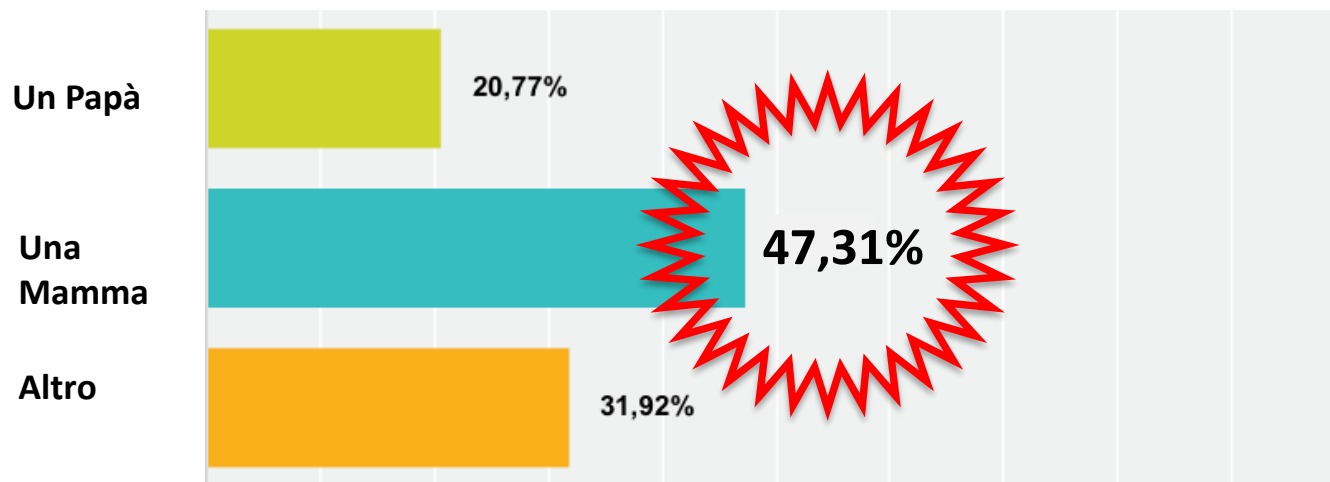
[Leggi tutte le news](#) | [Visita lo store](#) | [Collabora con noi](#)

Farman

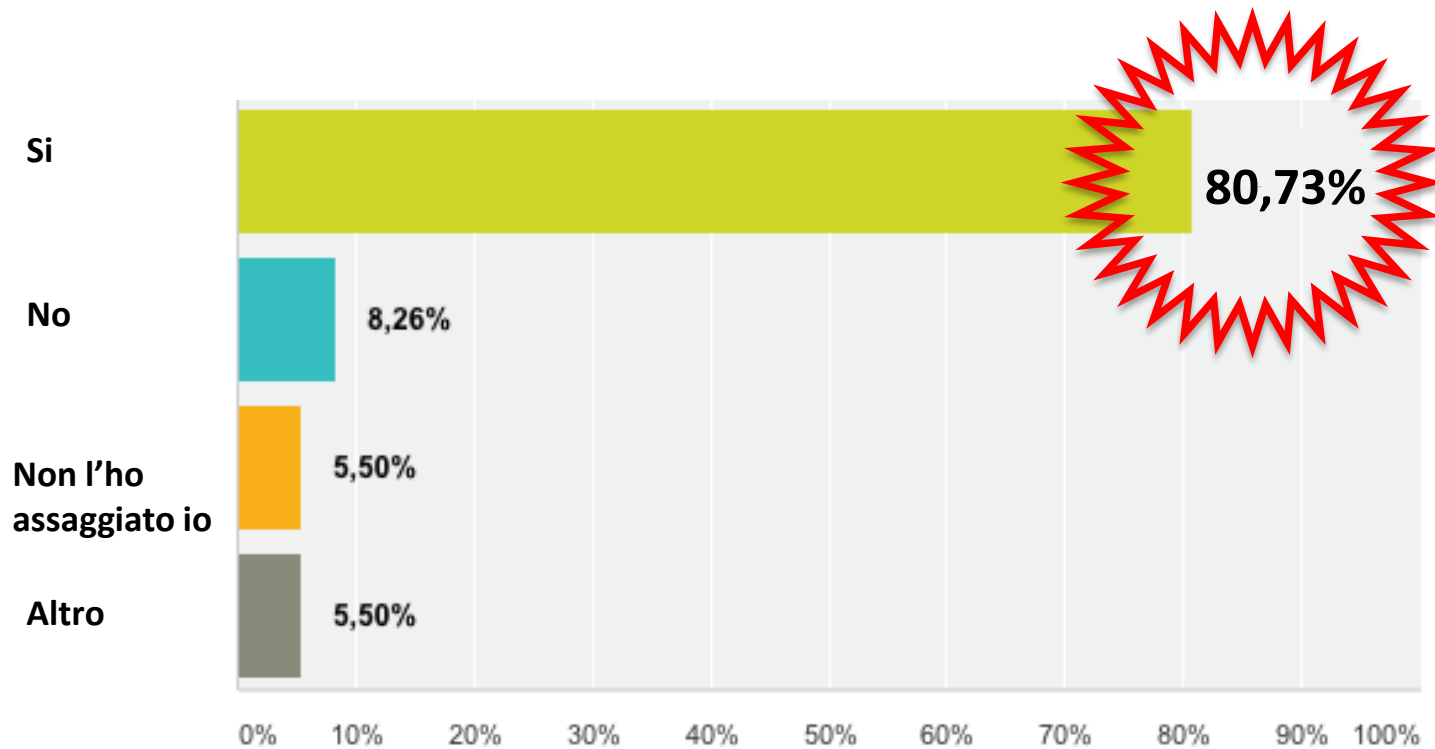
FruttaWeb

Risultati e-survey

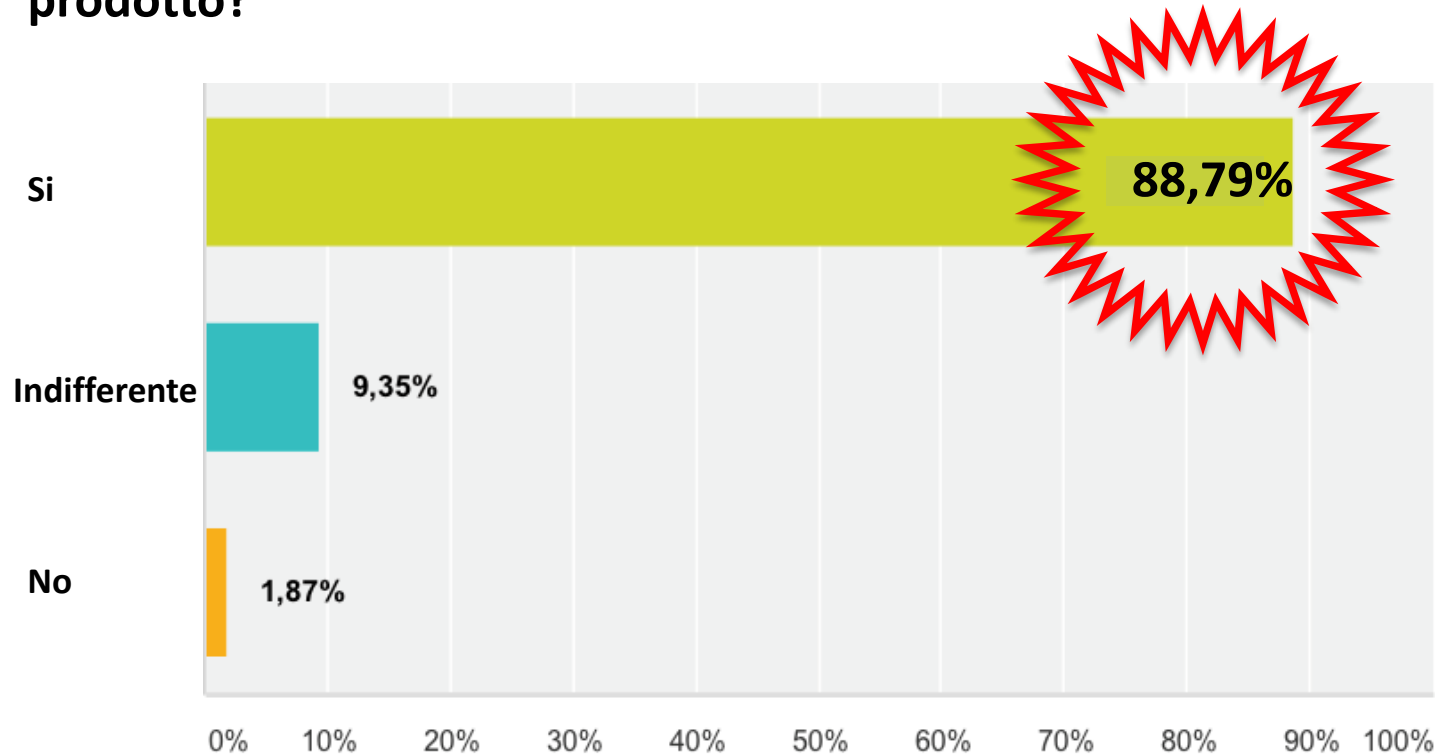
Lei è?



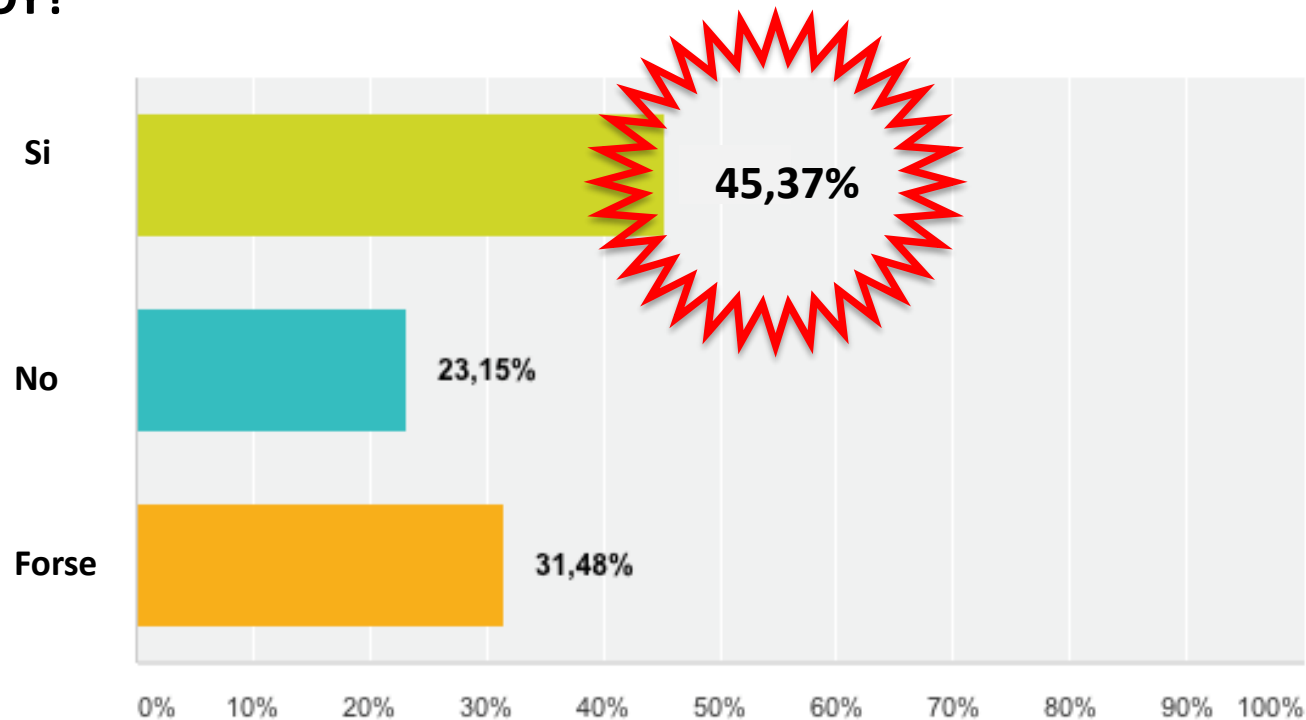
Le è piaciuto lo snack SOYJOY?



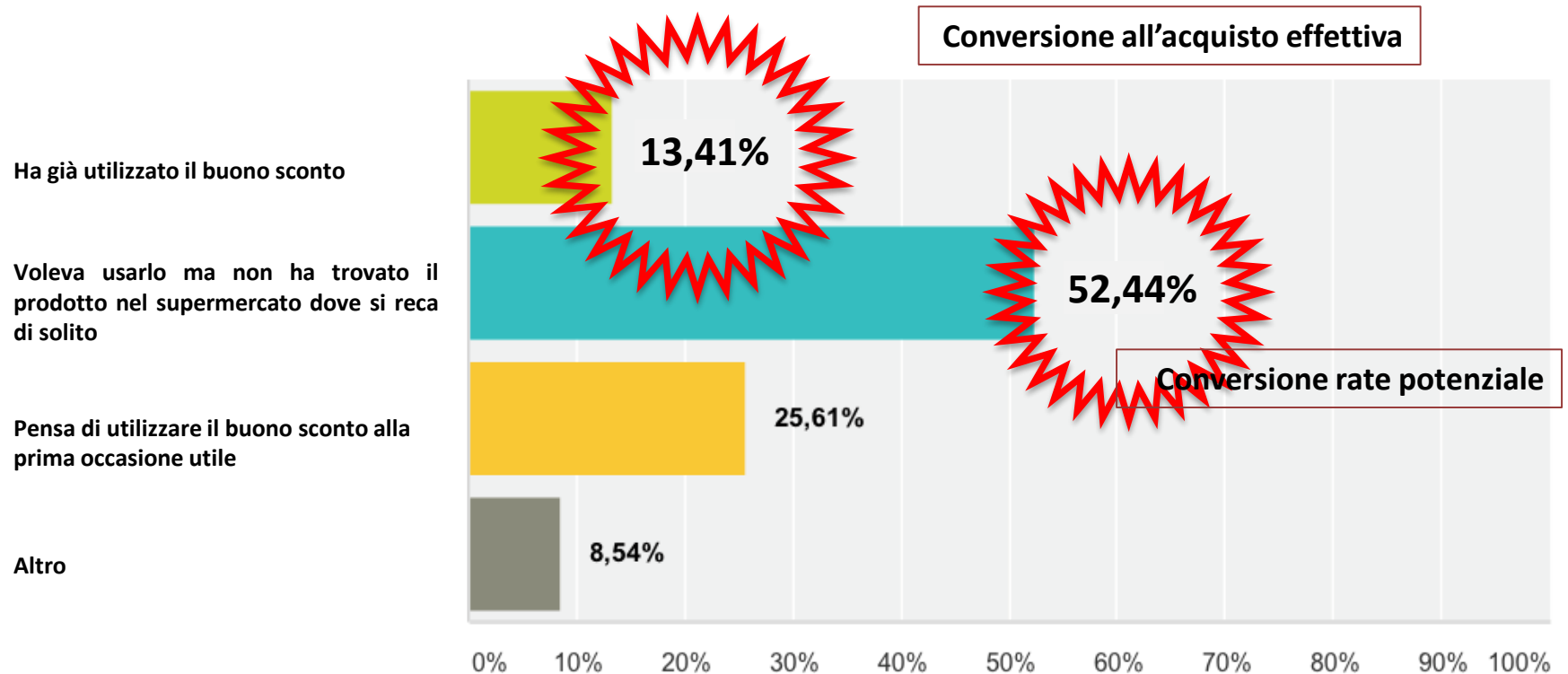
Le ha fatto piacere ricevere questo omaggio composto da n. 1 barretta SOYJOY e da un buono sconto di 0,50€ per acquistare il prodotto?



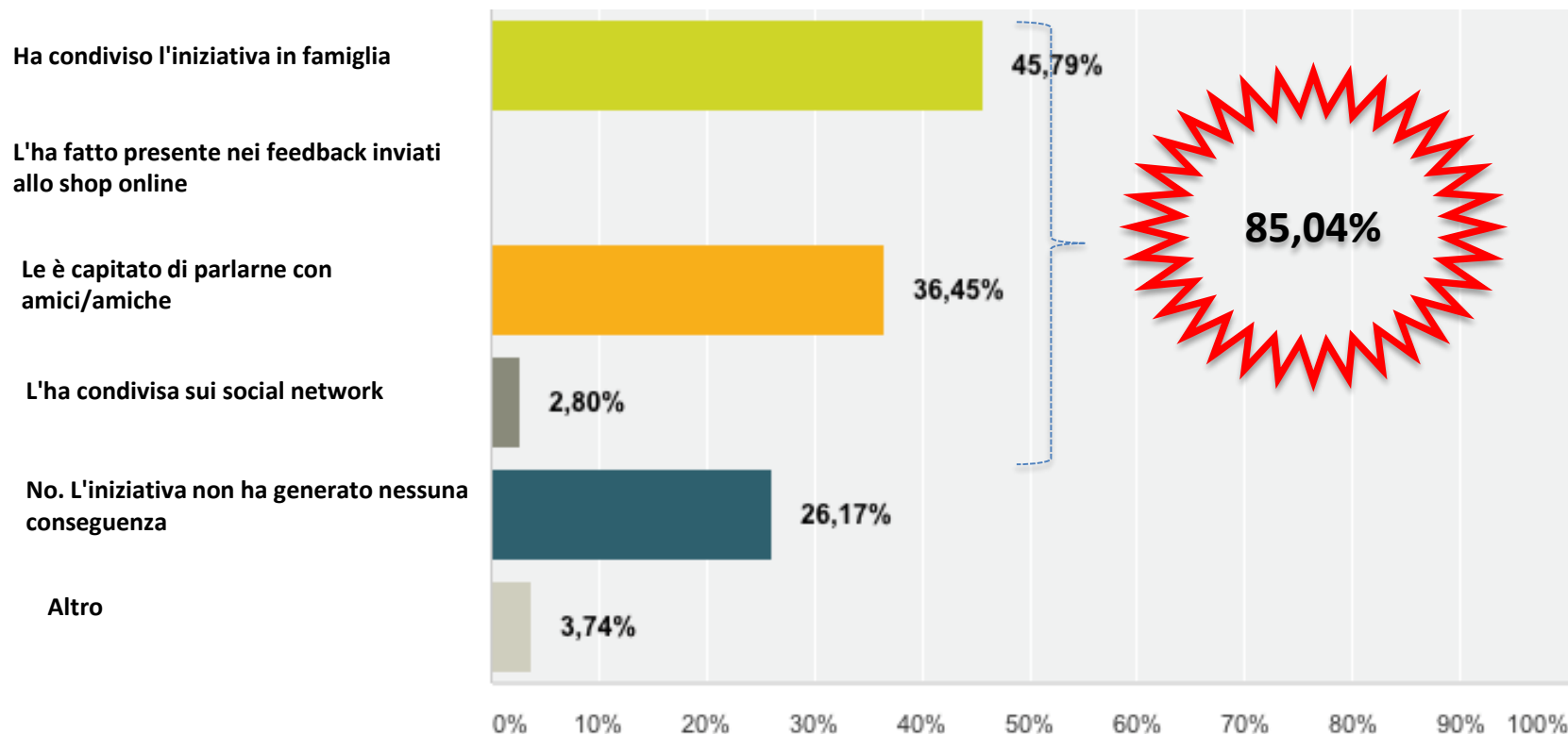
Pensa di prendere (o ho già preso) in considerazione l'idea di utilizzare il buono sconto di 0,50€ per acquistare una barretta SOYJOY?



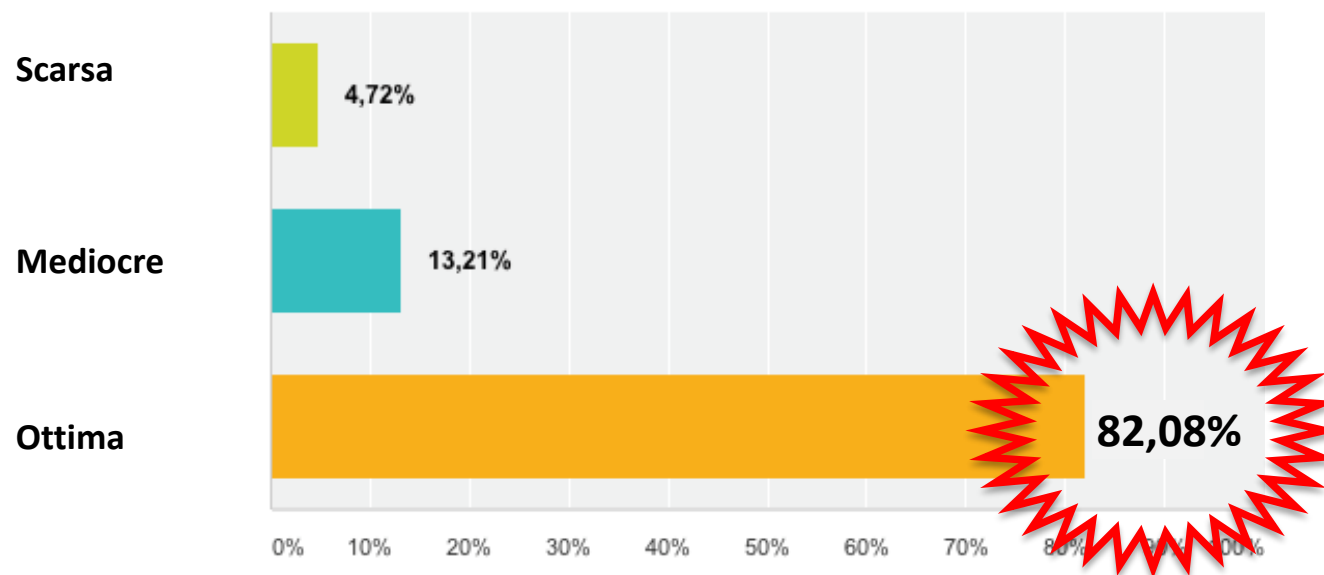
In questo caso



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 marchant netretail. REDEMPTION: nd



Case History | SoyJoy

Nutrition & Santé 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

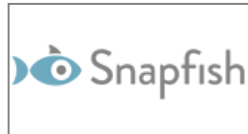
Cliente COMIECO, **TARGET:** > 18, **OBIETTIVO:** Customer education **TIPOLOGIA:** foto contest su facebook . **Merchant coinvolti:** 16 shop online

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

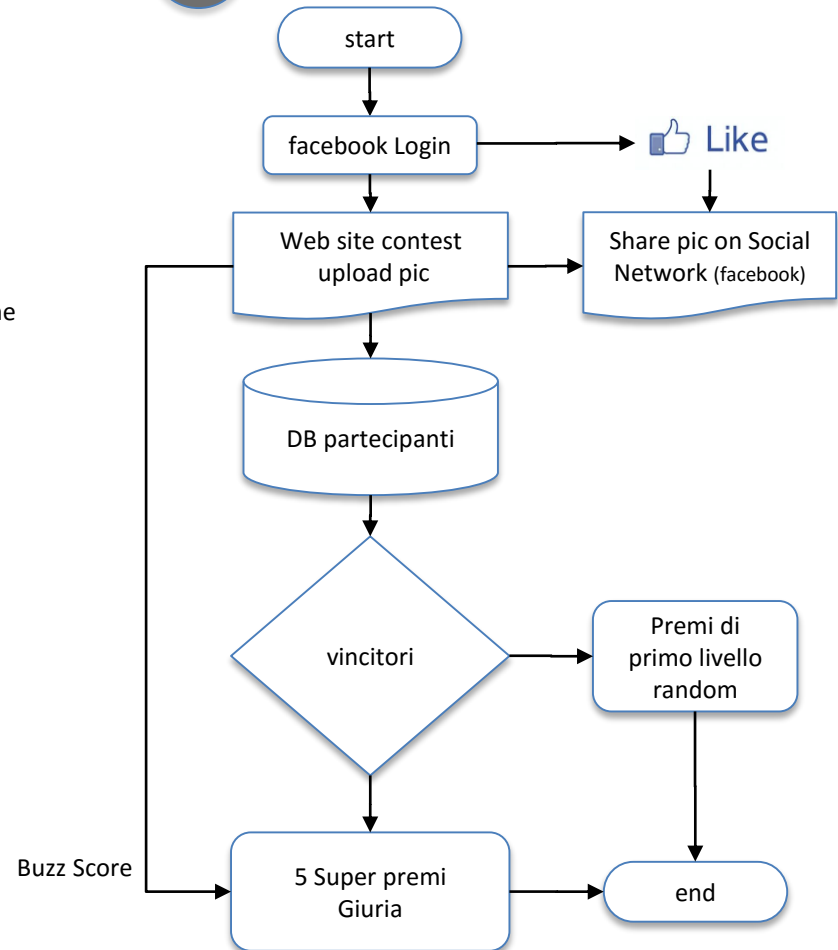


Foto corretto smaltimento cartone



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 VEESIBILE

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



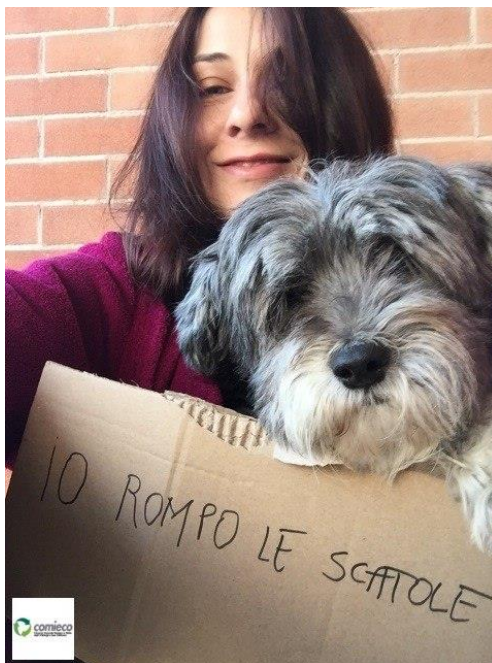
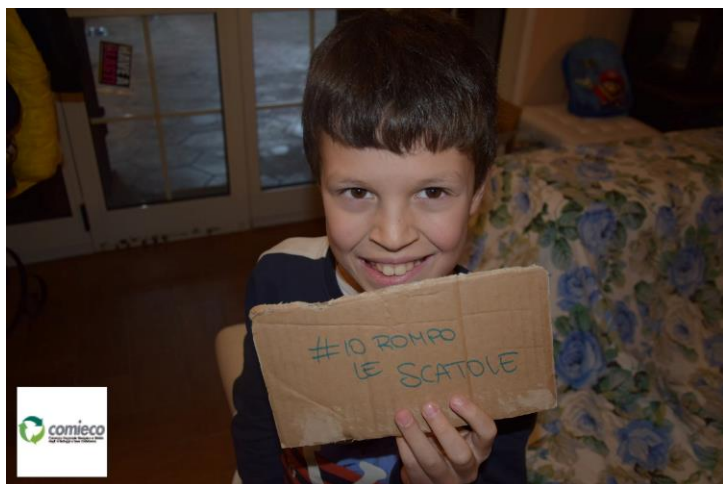
BUZZ



BUZZ







Visibilità WEB - Svinando

Aggiungi Svinando al tuo sito web o alla tua newsletter per ricevere le nostre offerte e novità. [Scopri di più](#)

Sei un importatore? Contattaci per le migliori condizioni di prezzo. [Contattaci](#)

Sei un rivenditore? Contattaci per le migliori condizioni di prezzo. [Contattaci](#)

Svinando

PRIMITIVO PUGLIA IGP biologico Tenuta Viglione

Un perfetto esempio di stile pugliese

[Scopri](#)

L'azienda Agricola Tenuta Viglione fonda le proprie origini nelle antiche tradizioni contadine e di viticoltura della famiglia Zullo che, tra i comuni di Gioia del Colle (BA) e di Santeramo in Colle (BA), da decenni produce vini di qualità. Continua a leggere

SOSVino

SPEDIZIONE ENTRO 48h GRATUITA CON SOLE 6 BOTTIGLIE

2014 Muller Thurgau Trentino DOC Albeggio Marco Donati

Cartizze Dry Masottina

-30% 8,50€ a bottiglia
Spedizione gratuita entro la seconda settimana di gennaio

[Scopri](#)

-25% 14,20€ a bottiglia
Spedizione gratuita entro la seconda settimana di gennaio

[Scopri](#)

2011 Barolo DOCG Cerrati Cascina Cucco

Franciacorta Brut Rosé DOCG Lantieri

-34% 25,00€ a bottiglia
Spedizione gratuita entro la seconda settimana di gennaio

[Scopri](#)

-32% 15,00€ a bottiglia
Spedizione gratuita entro la seconda settimana di gennaio

[Scopri](#)

-35% 15,00€ a bottiglia
Spedizione gratuita entro la seconda settimana di gennaio

[Scopri](#)

comieco

Clicca e partecipa al concorso ecologicamente più irriverente dell'anno #IOROMPOLESCATOLE

10 ROMPO LE SCATOLE!

PRIMA FASE: 240 BUONI ACQUISTO da € 20

SECONDA FASE: 5 SUPERBUONI da € 350

#IOROMPOLESCATOLE Partecipa al concorso ecologicamente più irriverente dell'anno indetto da Comieco per promuovere la raccolta differenziata e il riciclo di carta e cartone... Scopri di più

SOSVino

SPEDIZIONE ENTRO 48h GRATUITA CON SOLE 6 BOTTIGLIE ANCHE IN COLLETTORI

2014 Muller Thurgau Trentino DOC Albeggio Marco Donati

Cartizze Dry Masottina

-30% 8,50€ a bottiglia
Spedizione gratuita entro la seconda settimana di gennaio

[Scopri](#)

-25% 14,20€ a bottiglia
Spedizione gratuita entro la seconda settimana di gennaio

[Scopri](#)

2011 Barolo DOCG Cerrati Cascina Cucco

Franciacorta Brut Rosé DOCG Lantieri

-34% 25,00€ a bottiglia
Spedizione gratuita entro la seconda settimana di gennaio

[Scopri](#)

-32% 15,00€ a bottiglia
Spedizione gratuita entro la seconda settimana di gennaio

[Scopri](#)

-35% 15,00€ a bottiglia
Spedizione gratuita entro la seconda settimana di gennaio

[Scopri](#)

comieco

Clicca e partecipa al concorso ecologicamente più irriverente dell'anno #IOROMPOLESCATOLE

10 ROMPO LE SCATOLE!

PRIMA FASE: 240 BUONI ACQUISTO da € 20

SECONDA FASE: 5 SUPERBUONI da € 350

#IOROMPOLESCATOLE Partecipa al concorso ecologicamente più irriverente dell'anno indetto da Comieco per promuovere la raccolta differenziata e il riciclo di carta e cartone... Scopri di più

Inserimento del banner nella newsletter di Svinando.

- 31/12/2015
- 02/01/2016
- 04/01/2016
- 13/01/2016
- 19/01/2016
- 03/03/2016



Visibilità Home Page – Paco Pet Shop

The screenshot shows the Paco Pet Shop homepage. 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 text "Cerca tra migliaia di prodotti" and a "Trova" button. A shopping cart icon with a "0" is also present. Below the header is a green navigation bar with links: CANI, GATTI, CONIGLI E RODITORI, ALTRI PET, DIETE & SALUTE, MARCHI, BLOG, and NATALE.

The main banner features a man holding a sign that says "10 ROMPO LE SCATOLE!". The text on the banner reads: "Clicca e partecipa al concorso ecologicamente più irriverente dell'anno #10ROMPOLESCATOLE". Below this, it says "In palio:" followed by two prize cards: "PREMI INSTANT WIN 240 BUONI ACQUISTO da € 20" and "SUPER PREMI FINALI 5 SUPERBUONI da € 350".

On the right side of the banner, there is a vertical list of product categories: CIBO SECCO, LETTIERE, SNACKS E LECCORNIE, GUINZAGLIERIA, ALIMENTAZIONE, and ALIMENTAZIONE QUOTIDIANA.

At the bottom of the banner, there are four promotional tiles: "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".

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!](#)



**Il BIANCO e il NERO
stanno bene con tutto!**

Ricerca Prodotti



Clicca e partecipa al concorso
#IOROMPOLESCATOLE

In palio:

PREMIO INSTANT! NON
240
BUONI ACQUISTO
da € 20 cad.
da spendere online.

PREMIO PREMIO FINALE!
5
SUPERBUONI
da € 350 cad.
da spendere online.

Beko DS7333GX0W

Asciugatrice



- Capacità 7 kg
- 16 programmi
- Classe energetica A+
- Partenza differita 0-24 h
- Funzione anti-piega automatico

~~€ 599~~
€ 349⁹⁹
incl. IVA, + Spese di spedizione

VEDI OFFERTA

**KitchenAid
5KSM150PSEWH**

Robot da Cucina
senza spese di
spedizione

**FRANC
GRATIS**



**Samsung
UE65JU7500**

TV LED Curvo 65"
senza spese di
spedizione

**FRANC
GRATIS**



**Epson
WF-7620DTWF**

Multifunzione 4-in-1
senza spese di
spedizione

**FRANC
GRATIS**



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

THX

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