



EVOLUZIONE DEI CONSUMI

I docciaschiuma crescono in volume

Il mercato dei bagnoschiuma e dei docciaschiuma, del valore di mercato pari a euro 247.900.000, è in sensibile crescita, con risultati particolarmente positivi per quanto concerne i docciaschiuma, le cui vendite sono aumentate in un anno di circa il 10% sia in valore che in volume a fronte degli incrementi dimezzati dei bagnoschiuma.

A trainare l'espansione di questi consumi, in un panorama complessivo di per sé favorevole allo sviluppo dei prodotti per la cura e l'igiene della persona, sia gli investimenti pubblicitari che una forte attività di ampliamento delle linee di prodotto.

Non è un caso che proprio laddove si concentra l'attività di allargamento delle gamme offerte - cioè nei docciaschiuma - si registrino i maggiori incrementi di vendita.

Il mercato è particolarmente batteggiato sul fronte dei prezzi, e attraversato da dinamiche promozionali che spostano sensibili quote di vendite da una marca all'altra, poiché i consumatori amano cambiare prodotto e sfruttare almeno in parte la grande possibilità di scelta oggi offerta dall'industria.

Le quote di mercato sono relativamente frazionate, sintomo dell'accesa competitività del comparto in esame: le prime quattro aziende - Manetti&Roberts, Mirato, Jacklon e Paglieri - assorbono in volume meno del 35% delle vendite complessive in volume. Il peso dei canali distributivi è per un 52% relativo a ipermercati e supermercati e per un 20% a negozi tradizionali.

Fonte Massmarket.it

battutario

L'uomo di marketing e il definionario

Felpa : maglioncino indossato dal bambino quando la mamma ha freddo

Fiat Duna : l'unica auto che sbanda anche da ferma

Filatelia : raccolta di sputi internazionali

Finanza : l'arte di far passare la moneta di mano in mano fino a farla scomparire.

OTTO DIVERSI SERVIZI A DISPOSIZIONE DI CHI VUOLE FAR PROMOZIONI

Party Round, l'unica azienda che si fa in otto per i vostri eventi

Con l'arrivo della bella stagione sbocciano insieme ai fiori anche le manifestazioni e gli eventi all'aperto privati, pubblici e aziendali, dal matrimonio in villa d'epoca al compleanno in terrazzo, dalle feste nei parchi ai grandi incontri musicali, dalle kermesse di spettacolo ai villaggi dello sport, dalle esposizioni a cielo aperto alle presentazioni prodotti nei punti vendita, dai tour promozionali agli special event in giardino

Party Round con la sua esperienza venticinquennale è l'unica

società in Italia in grado di fornire otto servizi completi per l'organizzazione di un evento facendo risparmiare sia tempo poiché unico referente, sia denaro poiché produttore/fonte dei servizi stessi e pertanto con prezzi di prima mano.

Quindi dal servizio catering/banqueting con diverse tipologie di menù, internazionali, mediterranei ed anche etnici o storici, agli spettacoli, animazioni per adulti e bambini e attrazioni anche particolarmente originali ed uniche quali - la

Un'azienda con 25 anni di esperienza nel mondo degli eventi

Comunicazione

segue p/2

Marketing Multichannel e Integrated User

Se un tempo si parlava di canali di vendita, da una parte, e di mezzi di comunicazione, dall'altra, non si può che constatare che una tale distinzione appare sempre più problematica e meno aderente alla realtà, per non dire arbitraria.

Il concetto di Multichannel Marketing risulta sicuramente più adeguato ad indicare un modo di pensare e di fare efficacemente del marketing. Esso implica l'utilizzo simultaneo di tutti i canali a disposizione (punto vendita tradizionale, internet, telefono, catalogo, posta, stampa, televisione, eccetera) per perseguire simultaneamente tutti gli obiettivi possibili (fare branding, promuovere prodotti, acquisire ordini, sviluppare la relazione con i clienti).

Ogni volta che la Marca ed il suo cliente potenziale entrano in contatto, non importa come e perché, si stabilisce un'interazione, che non lascerà mai indifferente l'utente. Anzi, un'interazione dopo l'altra, questi si farà della Marca una vera e propria esperienza personale, quella che abbiamo chiamato integrated user experience.

Cosa mi aspetto da un'Azienda che chiede prima la mia attenzione, poi il mio interesse, poi una mia iniziativa e, infine, un rapporto privilegiato?

1. Che sia presente sui mezzi o nei canali che mi sono familiari, che appartengono alla mia consuetudine.
2. Che questi canali non si pongano in concorrenza fra loro, ma

PRO MEMORIA

Aforismi sulla leadership personale

"Il buon legname non cresce facilmente. Più è forte il vento, più robusto è l'albero." (J. Willard Marriott).

"Se non hai una vision sul tuo futuro, probabilmente corri il rischio che diventi una ripetizione del tuo passato." (A.R. Bernard)

"Quando i tuoi desideri sono abbastanza forti ti sembrerà di possedere poteri immensi per raggiungere ciò che desideri." (Anthony Robbins)

"Niente di splendido è mai stato compiuto se non da coloro che osavano credere che qualcosa dentro di loro fosse superiore alle circostanze." (Bruce Barton).

"Volli, sempre volli, fortissimamente volli!". (Vittorio Alfieri)

Devo seguirli. Sono il loro leader. (Bonar Law).

mongolfiera, i cavalli e pony per un maneggio a domicilio, i tavoli da roulette e black jack - dal servizio fotografico, alle riprese video - dal noleggio piante e addobbi floreali a quello di impianti audio video luci - dall'affitto di tenso strutture alla realizzazione di scenografie ad hoc (da interno o da esterno) - dalle hostess alle interprete.

Party Round coadiuva e supporta l'organizzatore di eventi in tutte le fasi realizzative, su tutto il territorio nazionale.

Per informazione e contatti
Alessandra Del Drago
Tel. e fax. 02 2610052
www.partyround.it
info@partyround.it.

Sapete che...

Silvia Voltan entra in Pragmatica

Dopo una decennale esperienza come responsabile Pubbliche Relazioni ed ufficio stampa di CTO SpA, Silvia Voltan entra, con il ruolo di Account senior, nella sede bolognese di Pragmatika Srl, Agenzia di Comunicazione specializzata nel settore dell'ITC.

Siti consigliati dal club

www.selpress.com
www.display-international.it
www.tunue.com
www.telpromotion.it
www.bidonville.org
www.racingshow.it
www.elite42.com
www.lastfrontier.it
www.sportmaker.it
www.ilfoglio.it

Open source all'Asolo Golf Club

Connecting-managers con la partecipazione di Unindustria Treviso e Club-Bit organizza un incontro gratuito che si terrà all'Asolo Golf Club Mercoledì 29 giugno a partire dalle 19.00. Interverranno Luigi Fusco e Girolamo Botter che parleranno di Open source.

La programmazione neurolinguistica

Corso di comunicazione efficace per tutti di Irene Bertucci/parte quinta: il Rapport

Il primo passo per stabilire una comunicazione efficace consiste nell'instaurare con l'interlocutore una relazione positiva, di reciproca fiducia e accordo. Il rapporto che si stabilisce fra due persone che si incontrano per la prima volta e che si cominciano a conoscere è fortemente influenzato da un fenomeno di cui la maggior parte della gente non ha consapevolezza.

Gli studiosi l'hanno chiamato Rapport e l'hanno definito come quel processo attraverso il quale si riesce a stabilire immediatamente una sintonia con il proprio interlocutore. Alcune persone, a differenza di altre, ci risultano subito simpatiche, senza che sappiamo dire precisamente per quale motivo. In effetti, è difficile spiegare le dinamiche che sono alla base della creazione di un rapporto di feeling e empatia.

Questo avviene perché i meccanismi che regolano il processo di rapport sono principalmente di natura inconscia e avvengono dunque ad un livello subliminale.

La legge fondamentale su cui si fonda il rapport risiede nella somiglianza. Tutti ci sentiamo maggiormente a nostro agio con le persone più simili a noi, che "rispecchiano" il nostro modo di fare e di parlare.

La somiglianza si manifesta a diversi livelli: Il processo attraverso

il quale si instaura questo rapporto di sintonia può avvenire spontaneamente, oppure, una volta che si è acquistata consapevolezza delle modalità che lo caratterizzano, può essere guidato. La tecnica che si utilizza per creare rapport è chiamata

Mirroring ("Rispecchiamento"): essa consiste nel mettersi sulla stessa frequenza dell'altro, rispecchiando fedelmente le sue posture, i suoi gesti, il suo modo di parlare. Nel caso in cui si scelga di imitare uno solo di questi aspetti, si parlerà più precisamente di Matching. In entrambi i casi, comunque, si assume un atteggiamento che corrisponde al modello del mondo dell'interlocutore e si produce così un meccanismo di proiezione e di identificazione. Naturalmente, se si vuole instaurare un rapport a lungo termine, ad una conoscenza degli atteggiamenti esteriori è necessario aggiungere una conoscenza della realtà interiore, delle cose veramente importanti per la persona che ci interessa, dei suoi valori. Fonte www.eidos.co.it

Flash nightlife

Il socio Gianfranco D'Agostino, in arte Jeff, incaricato del Club per gli appuntamenti serale mondani, ha programmato di far incontrare i soci, i loro accompagnatori/trici e loro colleghi o amici al 'mitico' Just Cavalli Caffè ogni Mercoledì a partire dall'8 Giugno. Il locale si trova in via Camoes sulla Torre Branca nel Parco del Castello Sforzesco a Milano. Il Just Cavalli apre le porte alle 22.30 e le liste Elite 42 chiudono alla 01.00. Per info e prenotazioni: 347 0946723 - jd@elite42.com.

il libro

TITOLO: NEGOZIAZIONE INTERCULTURALE. Il volume scritto da Daniele Trevisani per i tipi di Franco Angeli affronta i temi delle relazioni, della comunicazione intra e interaziendale. La creazione di una cultura condivisa, la negoziazione come processo di confronto tra diversità, per poi soffermarsi sulla interculturalità applicata alle situazioni quotidiane della conversazione in azienda e tra aziende. Fare business e comunicare in un contesto internazionale richiede la capacità di negoziare all'interno di culture diverse. Sono analizzati i fondamenti dell'incomprensione e del disaccordo, i fattori che generano incomunicabilità.

SPIGOLATURE

ECCO LA TERZA LEGGE DEL MARKETING

La legge della Mente. E' meglio essere il primo nella mente che sul mercato. Essere il primo nella mente è tutto nel marketing.

Essere primo sul mercato è importante solo in quanto permette di entrare per primi nella mente. Da le 22 immutabili leggi del Marketing di Al Ries & Jack Trout.

FAI AVERE AL TUO TEAM L'ANNO MIGLIORE DI SEMPRE

Best Year Yet® è il programma di coaching che ha permesso a migliaia di persone di prendere il controllo delle proprie vite e pianificare gli obiettivi. Se sei un team leader non perdere il workshop gratuito Giovedì 22 Giugno, dalle ore 10.30 alle ore 12.30 oppure dalle 18.00 alle 20.00, presso il Centro Formazione HRD Training Group in Corso XXII Marzo, 19 Milano.

UN SONDAGGIO SULLE SPONSORIZZAZIONI

Promoservice Team intende realizzare un'inedita indagine sulle sponsorizzazioni legate alle corse automobilistiche cosiddette "minori" e comunque diverse dalla Formula 1. L'intento è quello di voler raccogliere le tendenze strategiche delle aziende e degli enti pubblici in ambito di marketing sportivo. www.racingshow.it/Sondaggio.htm.

profilo socio

Bethge, il leader del P.O.S marketing

Editore e capo redattore delle riviste 'display' e 'display INTERNATIONAL' che ha più di 80.000 lettori qualificati in tutto il mondo, vanta un'esperienza trentennale nel campo del marketing e della comunicazione con particolare attenzione al mondo del marketing per il P.O.S.

Pubblica dal 1993 la rivista display, che in Germania è da tempo diventata il punto di riferimento per tutti gli esperti di P.O.S.-marketing e che funge anche come fonte di ispirazione per l'industria degli articoli di marca.

Dal 1996 è presente anche sul mercato italiano con la rivista display INTERNATIONAL, l'unica rivista bilingue (italiano e inglese) attraverso la quale gli addetti ai lavori del settore marketing possono quattro volte all'anno informarsi sui nuovi trend e sulle creazioni dedicate al punto vendita, sulle più importanti fiere del settore e sui produttori europei di display. Organizza inoltre, durante la fiera marketingservices di Milano che si terrà dal 10 al 12 novembre 2005, il prestigioso concorso SuperstarITALIA, che premia i migliori display italiani e che quest'anno raggiunge la sua terza edizione.

Il premio Superstar sta diventando un'onoreficenza a livello europeo: in Germania è stato assegnato in maggio per la 12° volta mentre in Russia si svolgerà dal 20 al 22 settembre e in Turchia dall'8 al 11 dicembre.

Per informazioni e contatti: info@display.de
www.display-international.it

COMUNICAZIONE

convergono verso uno sbocco univoco, o mi lascino una reale possibilità di scelta.

3. Che i messaggi che ricevo, pur articolati secondo il linguaggio peculiare del mezzo specifico, veicolino un concetto univoco e coerente ed anche formalmente contengano elementi di immediata riconoscibilità.

4. Facilità di uso/accesso (nel

caso di internet, per esempio) e chiarezza dell'informazione.

5. Che ad ogni contatto ritrovi lo stesso clima di amicizia, disponibilità, gentilezza e competenza.

6. Facilità di acquisto (inteso come ordine, consegna e pagamento).

7. Possibilità esplicita e facile di effettuare resi o cambi (se del caso).

8. Che percepisca attenzione ed impegno per la mia soddisfazione personale. Al momento del contatto, ma anche in seguito come atteggiamento permanente nei miei confronti. Una strada da seguire solo se si è disponibili a riconfigurare tutta l'organizzazione aziendale ed i processi.

(Estratto da un articolo di Marco Parrini).

segue da pag. 1

ILFOGLIETTO

DEL CLUB DEL MARKETING E DELLA COMUNICAZIONE

Supplemento a **IlFoglioletto**
Agenzia di informazione on line
Reg. Trib. Roma num. 136/2004
dell'8/4/2004

Editrice: Nameless srl
Anno I numero 19

• Direttore responsabile **Maurizio Sgroi**

Redazione via Flavia 47 - Roma -

email: redazione@ilfoglioletto.it

• Progetto editoriale: **Bios**

• Contenuti forniti dal Club del Marketing