

È uscito Fare Promozioni.

Di Fabrizio Cataldi
Martedì 06 Aprile 2004 16:00



Comunicazione Italiana ha sviluppato il progetto editoriale del libro Fare Promozioni, di Gianfranco Conte, imprenditore e manager di successo, presidente di PM Europe spa. "Fare Promozioni" è stato presentato al pubblico e alla stampa specializzata il 24 Marzo, in occasione del Promotion Expo di Milano. Un'altra presentazione ha avuto luogo il 6 Aprile presso la sede romana di Confesercenti. Forte della sua specifica esperienza pluriennale, l'autore ha esposto le caratteristiche e i metodi di una strategia promozionale di successo, partendo dal caso Iperclub Vacanze, l'iniziativa imprenditoriale creata e gestita da lui stesso. D'altronde, come sostiene efficacemente l'autore nell'introduzione "Tutti noi, giorno per giorno, promuoviamo noi stessi per essere scelti da qualcuno, per continuare ad interessare qualcuno. Quest'azione promozionale svolge un ruolo fondamentale nella nostra vita privata, negli affetti e nel lavoro. L'attività promozionale di se stessi è più sviluppata nelle persone ambiziose, in chi ha forti stimoli, in chi si pone obiettivi e si prefigge mete da raggiungere." Nel libro, oltre all'esperienza diretta e alla vicenda di un imprenditore di successo, vengono offerte preziose indicazioni per realizzare e programmare una campagna promozionale vincente. In questo percorso Conte si è avvalso del contributo di uno dei collaboratori più assidui della Community di Comunicazione Italiana: Gianfranco Virardi, che ha curato il volume e Fabrizio Cataldi, Direttore di Comunicazione Italiana, ha invece sviluppato la linea editoriale del volume. "Fare Promozioni" si delinea, insomma, come un vero e proprio manuale operativo sulle promozioni e il sales marketing. Una guida pratica, scritta con uno stile diretto, che si rivolge a tutti coloro che si occupano, professionalmente e non, di vendite: commercianti, sales & marketing manager, agenti di commercio, venditori, professionisti della comunicazione, operatori della GD/DO, consumatori, studenti di discipline economiche e commerciali. Il volume si avvale della collaborazione di esperti di Confesercenti, Federpubblicità (Federazione Operatori della Pubblicità) e AIDiM (Associazione Italiana per il Marketing Interattivo). In "Fare Promozioni" vengono descritte e spiegate: le tecniche promozionali più avanzate; la differenziazione dei consumatori; la segmentazione del pubblico e del profitto; valore reale e valore percepito; il business plan promozionale; la comunicazione promozionale; la fidelizzazione dei clienti; come cambiano i gusti dei consumatori. All'interno è presente anche un utile ed esauriente glossario, che illustra con semplicità la terminologia tecnica delle promozioni e del marketing. Il tutto è arricchito con una sezione sulla normativa specifica, commentata dall'Avvocato Marco Maglio, consigliere di AIDiM. Sono presenti anche le testimonianze di: Giulio Carloni, Direttore Creativo di Next Promolntentive; Mauro Covino, Responsabile dell'Area Comunicazioni della Confesercenti; Riccardo Dusi, Presidente Federpubblicità; Alessandro Miani, Presidente di Milanomedia; Mattia Camellini, Responsabile Comunicazione di Consodata spa (Gruppo Seat Pagine Gialle). Il libro è stato mostrato in anteprima alla Convention di Iperclub Vacanze che si è tenuta lo scorso Febbraio. Foto Evento: Nave (Febbraio 2004) Foto Evento: Milano, 24 Marzo

È uscito Fare Promozioni.

Di Fabrizio Cataldi

Martedì 06 Aprile 2004 16:00

2004 Alle ore 11.45 presso la Sala Convegni della Promotion Expò presso la Fiera di Milano (Padiglione 8), nell'ambito della tavola rotonda sul tema "Il potere comunicazionale delle promozioni per una nuova relazione brand-consumatore", si è tenuta la presentazione del libro di Gianfranco Conte Fare promozioni. Per conoscere come fidelizzare e far vendere di più edito da Buffetti e Comunicazione Italiana. PROGRAMMA: Ha presentato e introdotto l'evento Michele Cimmino, Presidente Adico Ore 11:45 Apertura dei lavori La parola al marketing Gianfranco Virardi Esperto di marketing strategico. Intervento [sex indian school girl](#) sul tema: Il potere comunicazionale delle promozioni per una nuova relazione brand consumatore. La parola all'esperto Gianfranco Conte Presidente di PM Europe SpA Presentazione di: FARE PROMOZIONI per conoscere come fidelizzare e vendere di più. Il primo libro che parla direttamente all'imprenditore. Michele Adt, Direttore Marketing e Comunicazione di MetisI concorsi: un utile strumento a sostegno delle sponsorizzazioni sportive La Case History Metis La parola agli imprenditori Gian Bruno Barbieri, Direttore della Confesercenti di Milano Intervento sul tema: Promozioni : un imperativo anche per la piccola e media impresa. Con il contributo di: Riccardo Dusi , Presidente di Federpubblicità e Marco Maglio, Consigliere Delegato di AIDIM. Ore 12:40 Apertura della discussione Interverranno la stampa e le Associazioni di Categoria. Ore 13:00 Chiusura dei lavori. A tutti i partecipanti è stata offerta una copia del libro FARE PROMOZIONI. Foto Evento: Roma, 6 Aprile 2004 Alle ore 18.00 presso la sede Nazionale della Confesercenti di Roma in via Nazionale n. 60, si è tenuta la conferenza stampa per la presentazione del libro: FARE PROMOZIONI. Per conoscere come fidelizzare e vendere di più . L'incontro è stato promosso da Iperclub Vacanze e Confesercenti, in collaborazione con la Federpubblicità, Comunicazione Italiana, AIDIM (Ass. Italiana Direct Marketing). Sono intervenuti: Gianfranco Conte, Autore del libro e Presidente di PM Europe spa; Gianfranco Virardi, Curatore del volume ed esperto di marketing strategico; Mauro Covino, Responsabile Comunicazione Confesercenti; Raul Alvarez, Giornalista e inviato di Media Key. Ordina Fare Promozioni a 20,00 € Autori Visita il sito Fare Promozioni Visita il sito Iperclub.it