



Consorzio di Tutela e Valorizzazione delle Varietà Tipiche di Riso Italiano e delle Sue Tradizioni

Alla cortese attenzione di tutti gli associati.

Oggetto: Campagna Promozionale 2009

OPERAZIONE FIDELIZZAZIONE AL CONSORZIO

1. creazione di una **Fidelitycard** dotata di un codice a barre di riconoscimento personalizzato. La card offrirà uno sconto di € 100 usufruibile entro l'anno **attraverso il sito internet** (ogni € 10 di spesa € 1 in omaggio), alla fine dell'anno ogni carta si azzererà e con l'anno successivo si ricaricherà nuovamente di 100 euro.
2. realizzazione nuovo sito internet **dinamico** che, conterrà informazioni sul mondo del riso e un settore dedicato agli associati **Fidelitycard** con proposte personalizzate. Grazie a questo sistema, con il **minimo impegno** e senza alcuna variazione sostanziale al proprio modo di operare, **sarà possibile ottenere un elevato ritorno** in termini d'immagine, ma soprattutto sarà possibile fidelizzare in maniera concreta e tangibile la propria clientela, che potrà essere incentivata con campagne promozionali a hoc via sms o e-mail.
3. operazione d'associazione alla **Fidelitycard** svolta presso manifestazione **Vinitaly 2009**. La **consegna della fidelity card** è una procedura rapida ed intuitiva. Sarà sufficiente compilare un'apposita scheda contenente i dati anagrafici e procedere con una presentazione chiara della strategia promozionale in atto (omaggio, accumulo punti con bonus finale, scontistica, ecc...)



Consorzio di Tutela e Valorizzazione delle Varietà Tipiche di Riso Italiano e delle Sue Tradizioni

SVOLGIMENTO

In occasione del **Vinitaly 2009** due incaricati dal consorzio, vestiti in abiti ottocenteschi e dotati di due ceste si muoveranno all'interno dei padiglioni e proporranno nei possibili contatti la **Fidelitycard** personalizzata.

Il contattato riceverà un sacchetto di riso (g. 250), una **Fidelitycard** del valore di € 100 e un depliant del consorzio.

Il contattato dovrà firmare una liberatoria ad essere ricontattato durante l'anno dai vari soci del consorzio. Il contatto attraverso il sito, potrà digitando il codice presente sulla tessera, accedere ad una sua zona riservata dove troverà un negozio virtuale personalizzato, in sostanza una serie d'offerte e comunicazioni personalizzate.

Il valore di € 100 sarà spendibile utilizzando **il nuovo sito internet che ospiterà una serie di proposte commerciali uniche per prodotto o per sconto e non ottenibili in altro modo**. Inoltre sarà possibile dal fidelizzato attraverso il sito contattare i vari soci ed ottenere anche presso di loro lo sconto proposto dalla card.

Uno dei principali problemi del marketing è poter verificare in concreto i risultati ottenuti in relazione all'investimento utilizzato... a tale proposito è fondamentale utilizzare degli strumenti che possano dare la misura della risposta.

La creazione di una **Fidelitycard** (tessera associativa) permette di creare una lista di possibili contatti consenzienti che potranno essere incentivati con campagne promozionali ad hoc via sms o e-mail.

L'utilizzo delle **Fidelitycard** è **immediato ed intuitivo**, ed è stato espressamente studiato per coinvolgere e creare una lista di possibili clienti fidelizzati.

Marzo 2009

Il Presidente del Consorzio

Piero Vercellone