



xG Publishing Srl
 Via Cosimo Del Fante 12, 20122 Milan
 Piazza della Repubblica 6, 20121 Milan
 Via Perseo 9, 47921 Rimini
 Via Notabartolo 11, 90141 Palermo
 ph: +39 02 632 88206
 14 Onyx Mews - London E 15 4HU - ph: +44 20 7097 1897
 info@xgpublishing.com - www.xgpublishing.it - P. IVA 13060470153



Spett.le FCP ASSORADIO

Milano, 30.08.2018

Progetto La radio rende: sviluppi online

PREMESSA

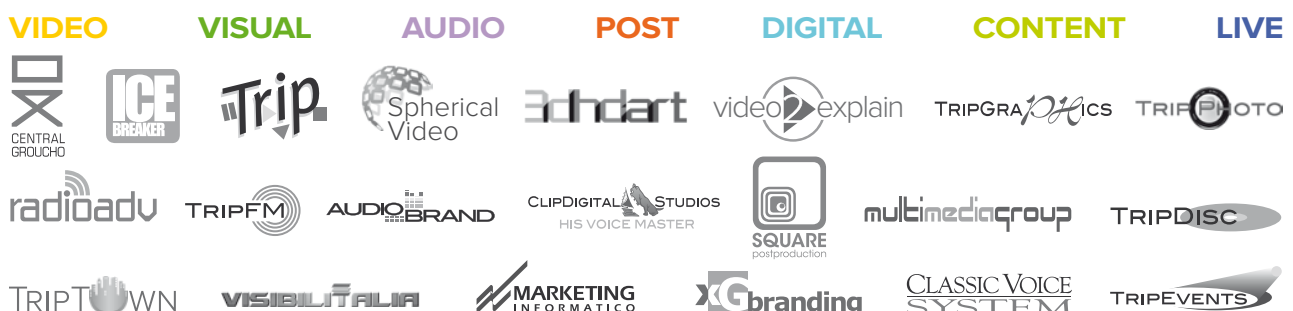
Al fine di aumentare la visibilità del "Progetto La Radio Rende", questa la sintesi delle attività che consigliamo di sviluppare online.

Il target è rappresentato da Direttori Comunicazione e Marketing/Commerciali, Titolari d'Impresa, Quadri o Dirigenti e persone che svolgono il ruolo di influencer all'interno delle aziende come personal assistant o personale amministrativo, ben consci della necessità di aumentare le vendite e/o la visibilità di un brand o di un'azienda.

Gli obiettivi della nostra campagna online saranno di due tipi:

- 1) **visibilità del progetto** ovvero dei vantaggi degli investimenti radiofonici rispetto altri canali con un messaggio informativo/commerciale
- 2) **Lead generation** di clienti potenziali; in questo caso il messaggio è di tipo commerciale

Per entrambi gli obiettivi almeno due media: Google e LinkedIn





xG Publishing Srl
 Via Cosimo Del Fante 12, 20122 Milan
 Piazza della Repubblica 6, 20121 Milan
 Via Perseo 9, 47921 Rimini
 Via Notabartolo 11, 90141 Palermo
 ph: +39 02 632 88206
 14 Onyx Mews - London E 15 4HU - ph: +44 20 7097 1897
 info@xgpublishing.com - www.xgpublishing.it - P. IVA 13060470153



MEDIA E TARGET

I migliori media da utilizzare per un efficace attività B2B includono principalmente i luoghi in cui il target "frequenta Internet", pertanto suggeriamo questi strumenti:

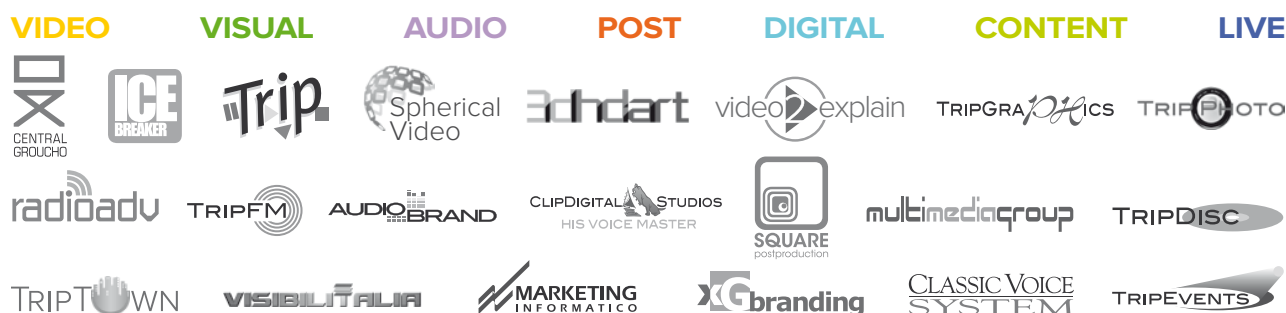


- 1) **Google rete di ricerca** (parole chiave da definire), remarketing e display sono adeguati a cercare un pubblico "caldo" che cerca informazioni in merito oppure pubblico che ha già visitato il sito;

Selezioneremo e poi nei tempi conferemo o meno una serie di parole chiave per attirare pubblico in target attraverso la pianificazione di una campagna pubblicitaria basata su keyword adeguate, che saranno monitorate sulla base dell'efficacia e del costo.

Nell'esempio vediamo la parola chiave, la media delle ricerche, il costo A CLICK per la posizione dell'annuncio (IN BASSO O IN ALTO) nella rete di ricerca Google secondo le stime Google Adwords. Questo è solo un esempio di alcune parole chiave in un set al momento di 600 diverse parole.

<input type="checkbox"/> Parola chiave (per pertinenza)	Media ricerche mensili	Offerta per la parte superiore della pagina (gamma bassa)	Offerta per la parte superiore della pagina (gamma alta)
<input type="checkbox"/> pubblicità	10000 - 100000	0,35 €	8,60 €
<input type="checkbox"/> investimenti pubblicitari	10 - 100	0,87 €	4,02 €
<input type="checkbox"/> pubblicità radio	100 - 1000	0,40 €	3,96 €





xG Publishing Srl
 Via Cosimo Del Fante 12, 20122 Milan
 Piazza della Repubblica 6, 20121 Milan
 Via Perseo 9, 47921 Rimini
 Via Notabartolo 11, 90141 Palermo
 ph: +39 02 632 88206
 14 Onyx Mews - London E 15 4HU - ph: +44 20 7097 1897
 info@xgpublishing.com - www.xgpublishing.it - P. IVA 13060470153



- 2) **Linkedin**, in quanto rappresenta il Social media B2B per eccellenza;
- 3) **Gli spazi internet** che le stesse concessionarie hanno in gestione: le pagine internet delle radio che rappresentano, le app delle radio stesse. In questo caso rispetto ai tradizionali annunci che ogni radio/concessionaria fa per promuovere se stessa, l'obiettivo è quello di dirottare traffico verso il sito.
- 4) **Le app** delle radio da impiegare come sopra

Per ogni media saranno suggeriti o banner testuali o immagini + testo, che riprendono il mood della campagna radiofonica in onda. Obiettivo portare le persone al sito e successivamente generare lead.

MISURAZIONE E STATISTICHE

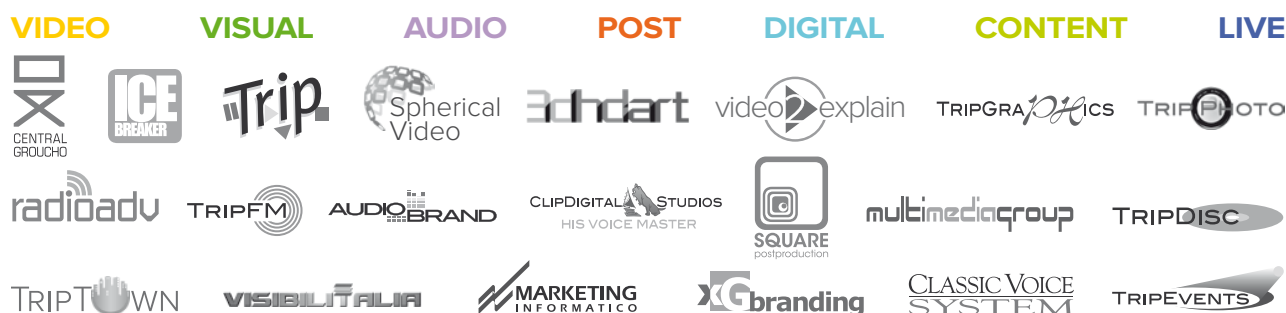
Per poter misurare le campagne sarà necessario implementare il sito per poter conteggiare l'indice di conversione ovvero il rapporto fra visite/contatti generati. Sugeriremo quindi i vari metodi che abbiamo per poter generare questi dati. Inoltre, nel caso in cui fosse necessario segmentare il numero di contatti per ogni singola concessionaria, dovremmo effettuare un'ulteriore implementazione.

BUDGET

A livello d'investimenti suggeriamo una segmentazione del budget in euro (e oltre a iva) in questo modo:

Budget Totale		24.000,00
Creatività, Start Up, Implementazione Sito con opportune sezioni dedicate a raccogliere le lead e a smistarle alle concessionarie e Gestione delle campagne	33%	8.000,00
Google	33%	8.000,00
Linkedin	33%	8.000,00

Dopo questa prima fase, in base ai risultati, possiamo decidere insieme quanto altro investire in seguito





xG Publishing Srl
 Via Cosimo Del Fante 12, 20122 Milan
 Piazza della Repubblica 6, 20121 Milan
 Via Perseo 9, 47921 Rimini
 Via Notabartolo 11, 90141 Palermo
 ph: +39 02 632 88206
 14 Onyx Mews - London E 15 4HU - ph: +44 20 7097 1897
 info@xgpublishing.com - www.xgpublishing.it - P. IVA 13060470153



BLOG

Per giustificare invece la promozione della radio come media pubblicitario sui **social B2C** sarebbe essenziale **la creazione del blog laradiorende** la cui gestione non può costare meno di 15.000 euro/anno con almeno 5 post a settimana e azione redazionale e di coordinamento costante con una nostra risorsa dedicata per raccogliere le case history, le news e gli eventi delle singole concessionarie e radio rappresentate.

SOCIAL B2C

Una volta attivato il blog, potremmo occuparci della presenza sui social Facebook Instagram (e G+ a fini seo più che per le performance social effettive) per allargare l'engagement ad **6000 euro/anno**. Il costo senza blog di supporto sarebbe di almeno 15.000/anno per alimentare di contenuti i social

NEWSLETTER

Il blog alimenterebbe anche **la newsletter mensile de laradiorende** che grazie ai contenuti del blog potrebbe costare solo 6000 euro/anno.

VIDEO CASE HISTORY

Come già proposto in prima presentazione, ribadiamo la raccomandazione di dare un volto ai protagonisti delle concessionarie e delle principali case history dei loro clienti.

Potremmo allo scopo realizzare mini interviste con un costo giornaliero omnicomprensivo di 3000 euro.

Il materiale video sarebbe così linfa vitale anche solo per il sito, il blog, i social e per mantenere vivo l'interesse nel tempo.

SCHEDE CASE HISTORY

Con investimento inferiore, da pagare a consuntivo in base alle ore impiegate, possiamo realizzare le schede delle principali case history, chiedendo la documentazione alle singole concessionarie .

CONCORSO E PREMIO ON LINE SULLA CREATIVITA' RADIO

Aiuterebbe molto anche la presenza social e l'engagement la creazione di un contest con evento finale, come da ns proposte iniziali per la vs campagna.

Certi della validità della ns offerta, siamo a disposizione per tutti i chiarimenti occorrenti.

Cordiali saluti

Paolo Monesi

3484113090

VIDEO

VISUAL

AUDIO

POST

DIGITAL

CONTENT

LIVE

