



Esercitazione

Campagna Amica



COLDIRETTI

Francesco Cerutti 12054

Valentina Papa 12513

Domanda 1

Visibilità' → Punto Vendita → Operazioni di scelta → Pagamento →
Servizio Post-Vendita

	Produttore/Venditore Diretto	Vendita Diretta Organizzata
Visibilità	<ul style="list-style-type: none">• Un solo marchio per tutti i prodotti• Un unico sito web di riferimento	
Punto Vendita	<ul style="list-style-type: none">• Marchio• Colori aziendali distintivi• Espositori• Materiale Informativo (cartelloni, dépliant)	
Operazioni di scelta	<ul style="list-style-type: none">• Accompagnata dal produttore• Coinvolgimento emotivo-esperienziale• Possibilità di testare il prodotto	<ul style="list-style-type: none">• Operazione di scelta autonoma• Eventuale sostegno di addetti vendita
Pagamento	<ul style="list-style-type: none">• Garanzia di pagare lo stesso prezzo ovunque	
Servizio Post-Vendita	<ul style="list-style-type: none">• Possibilità di effettuare reclami o dare suggerimenti tramite il sito web	

Domanda 2

Quale potrebbe essere il ruolo dei new media e dei social network all'interno di questa Customer Experience?

- **Forum/Blog:**
 - il consumatore cerca prodotti di qualità tramite opinioni e consigli di persone che hanno già avuto esperienza dei prodotti
Campagna Amica: il consumatore usa e fa il servizio.
 - Creazione di community a tema. Ad esempio è possibile creare siti che diffondono ricette tipiche, incentivando il consumo di prodotti locali e indicando dove trovare i PdV
- **Social Network:**
 - Promozione di Campagna Amica attraverso l'uso delle reti relazionali (es. Facebook)
 - Possibilità di promuovere i prodotti presso imprenditori del settore ristorazione (es. LinkedIn)
 - Creazione di applicazioni per la localizzazione geografica dei PdV e possibilità di dare opinioni in tempo reale (Strumenti utilizzati: smartphone, Facebook, Twitter, Google Maps, etc.)