

# Marketing di prossimità



**semplice e naturale:  
usa la tua voce**

**DOTVOCAL S.r.l.**  
Piazza Pinelli 1,7  
16124 Genova  
Tel. +39 010 275411  
Fax +39 010 27541216  
[www.dotvocal.com](http://www.dotvocal.com)  
[www.portavoce.org](http://www.portavoce.org)

## Il *marketing di prossimità* tradizionale

Il *marketing di prossimità* è uno strumento attraverso il quale è possibile veicolare messaggi e contenuti multimediali direttamente verso i terminali mobili degli utenti, presenti all'interno di una particolare area.

L'idea del *marketing di prossimità* è quella di sfruttare le potenzialità comunicative associate alla telefonia mobile, raggiungendo gli utenti direttamente sui loro telefoni cellulari, smartphone e palmari.

In quest'ottica, il *marketing di prossimità* permette di veicolare informazioni e contenuti multimediali (quali immagini, video, musica, applicazioni, giochi, suonerie, ecc) verso i terminali mobili degli utenti, presenti solitamente all'interno di un'area ristretta e ben definita.

Una soluzione di *marketing di prossimità* richiede l'utilizzo di una tecnologia di connettività wireless, per il trasferimento dati verso i terminali mobili degli utenti.

*Bluetooth* è la tecnologia di connettività wireless più utilizzata in questo ambito. Essa richiede la presenza di uno o più access-point *Bluetooth* che distribuiscono i contenuti multimediali ai terminali mobili presenti nell'area circostante. Il trasferimento di uno o più contenuti, verso un telefono cellulare o uno smartphone, richiede che l'utente accetti un messaggio di notifica che compare sullo schermo del suo dispositivo (*permission-based message*). Questo messaggio di notifica garantisce all'utente di essere avvisato prima di ricevere uno o più contenuti, ed al tempo stesso lo protegge da eventuale Spam indesiderato.

## Il *marketing di prossimità* proposto da **DotVocal**

E' evidente che il *marketing di prossimità* tradizionale ha i seguenti punti deboli:

- ✓ l'utente riceve i contenuti se e solo se il *Bluetooth* è attivo, ma molti utenti non sanno di avere il *Bluetooth* e comunque non lo tengono quasi mai acceso;
- ✓ l'utente riceve il contenuto solo se accetta il messaggio di notifica, ma tutti gli utenti ricevono il messaggio di notifica che può essere percepito in modo invasivo rispetto alla propria privacy e quindi suscitare addirittura una reazione negativa nei confronti del marchio oggetto della campagna.

Per ovviare a questi due inconvenienti **DotVocal** ha realizzato un sistema che si basa su un contatto tradizionale con il cliente attraverso differenti spazi pubblicitari (cartellonistica, inserzioni pubblicitarie, spot televisivi e radiofonici ecc.) nei quali viene indicato un numero di telefono da chiamare gratuitamente. Quando l'utente chiama, il sistema registra in un database il suo numero di telefono senza che la telefonata venga attivata (quindi non ci sono costi ne per l'utente ne per l'azienda). In questo modo il numero di telefono è

utilizzabile immediatamente in maniera mirata in quel momento, ma è disponibile e può essere utilizzato anche in un secondo momento, per campagne di marketing suppletive o per la fidelizzazione del cliente.

I punti essenziali del processo possono essere sintetizzati nel seguente modo:

1. l'utente legge/ascolta il messaggio pubblicitario o informativo adottato nell'ambiente nel quale si applica il marketing di prossimità. Nel messaggio sono contenute le seguenti informazioni:
  - a. messaggio pubblicitario o informativo vero e proprio;
  - b. numero di telefono da chiamare con il proprio numero visibile;
  - c. assenza di costi per l'utente;
  - d. informazioni sul fatto che la telefonata equivale ad esprimere il consenso per il trattamento dei dati (in questo caso esclusivamente il numero di cellulare);
2. l'utente effettua la chiamata;
3. senza che ci sia l'attivazione della telefonata il sistema registra il numero di telefono dell'utente. In questa fase è inoltre possibile contattare in real-time sistemi diversi di messaging (SMS, MMS, o altri sistemi di Instant Messaging o chiamate in outbound).
4. il sistema provvede a registrare su un database i seguenti dati:
  - a. numero del chiamante;
  - b. giorno e ora della chiamata;
  - c. numero di telefono chiamato (nel caso in cui ci sia una campagna distribuita sul territorio può essere importante inserire diversi numeri di telefono da chiamare in modo da identificare i messaggi e i luoghi più efficaci). E' possibile infatti assegnare servizi diversi a numeri differenti ed utilizzarli simultaneamente.

A differenza di ciò che accade con il *marketing di prossimità* tradizionale, nel quale quando l'utente si allontana non si ha più alcuna traccia dei suoi dati, il sistema di **DotVocal** origina un database che viene messo a disposizione del cliente nella forma che preferisce e che può essere utilizzato per inviare SMS, MMS o per chiamate dirette effettuate da un operatore umano oppure automatico.

E' importante sottolineare l'elevato valore dei contatti raccolti con questo sistema, in quanto l'azione arriva direttamente dall'utente, che in questo modo esplicita chiaramente l'appartenenza ad un target ben definito.

## Scenari d'utilizzo

Il sistema proposto da **DotVocal** è utilizzabile in tutti gli scenari applicativi tradizionali, dei quali riportiamo un breve elenco esemplificativo:

- ✓ **Cinema multiplex:** le persone presenti all'interno della hall di un cinema/multisala possono scaricare la programmazione cinematografica direttamente sul proprio telefonino. La programmazione può essere corredata di trailer cinematografici e può contenere anche brevi spot/messaggi pubblicitari.

- ✓ **Centro commerciale:** all'interno di un centro commerciale possono essere inviati buoni sconto per l'acquisto di un prodotto, insieme ad un'immagine o video che ne descrive le caratteristiche.
- ✓ **Negozi di giochi:** i ragazzi possono scaricare gratuitamente delle demo giocabili di alcuni giochi (Java/Flash) per cellulare, in vendita all'interno del negozio stesso.
- ✓ **Fiera:** i visitatori di una fiera possono scaricare sul telefonino la mappa degli stand, l'agenda delle conferenze/dibattiti, così come le business card dei relatori.
- ✓ **Concerto:** all'interno dell'area allestita per un concerto, i presenti possono ricevere le suonerie per cellulare o i video musicali dell'artista.
- ✓ **Tourist information:** il centro storico di una città può essere attrezzato con access point pubblici, che distribuiscono ai visitatori brevi video informativi sull'area circostante e sui principali punti di interesse.

Il sistema proposto da *DotVocal* può essere utilizzato anche in tutti gli scenari nei quali l'interazione con l'utente dura solo pochi secondi e quindi non è raggiungibile da *Bluetooth*. Tipico esempio è il cartellone pubblicitario stradale, con il quale l'utente ha un'interazione di soli pochi secondi e che quindi non può essere utilizzato nella forma del *marketing di prossimità* tradizionale.

## Se vuoi provare...

Un esempio pratico di quello che può essere il servizio proposto da *DotVocal* è *Analisi Marketing di Prossimità*.

Per utilizzarlo occorre telefonare al numero:

- × **(+39) 010 27541 400**, per contattare un servizio demo di previsioni del tempo,
- × **(+39) 010 27541 401**, per contattare un servizio demo di vendita di pacchetti vacanze,
- × **(+39) 010 27541 402**, per contattare un servizio demo di vendita di chitarre elettriche Fender.

Senza che ci sia l'attivazione della telefonata, quindi senza alcun costo per l'utente, il sistema registra su un database il numero di telefono, il numero chiamato, la data e l'ora.

A questo punto riceverete un SMS sul vostro numero (solo in caso di chiamata da telefono cellulare con numero visibile).

È, inoltre, possibile visualizzare l'andamento del servizio all'indirizzo:

<http://www.portavoce.org/market/index.php>

autenticandosi con

- ✓ user: guest
- ✓ password: guest

Provateci!