



Strumenti
offline

06
DIECI

*Più contatto
significa più modi
di condividere informazioni.
Più passaparola.*



Gary Vaynerchuk
Informatico e imprenditore statunitense

GLI STRUMENTI OFFLINE

La comunicazione integrata consente alle aziende di beneficiare di diversi strumenti per informare, coinvolgere, supportare il cliente e veicolare la propria presenza e le vendite.

Tra questi, gli strumenti offline annoverano: volantini, locandine, manifesti, affissioni, inserzioni su riviste settoriali - quotidiani, magazine e periodici - annunci televisivi, radiofonici, cinematografici, interviste e pubblicazioni, ma anche posta diretta, dépliant e form di contatto.

Il profilo dei media classici, un tempo solo analogico, oggi si sta spostando verso la dimensione digitale.





FOCUS PUNTI FORTI

Benefici della comunicazione sugli strumenti offline:

- › DUTTILITÀ GEOGRAFICA
hanno un forte legame territoriale, che diventa l'unico fattore di definizione del pubblico
- › IMPATTO EMOTIVO
potenziano le esperienze sensoriali, sia visive, sia uditive, complici anche le nuove tecnologie
- › CONCRETEZZA TANGIBILE
la presenza fisica innesca un effetto mnemonico più duraturo a livello temporale
- › COPERTURA ESTESA
in grado di raggiungere anche il range di pubblico che non accede online



LINK UTILI CONTENUTI ONLINE



APPROFONDIMENTI

- › [Mezzi e canali di comunicazione](#)
- › [La comunicazione offline: strumenti e mezzi di successo per aziende e clienti](#)
- › [Integrazione di strategie di marketing online e offline](#)
- › [3 motivi per cui la promozione cartacea è ancora importante](#)
- › [9 strategie di marketing offline vincenti nel 2024](#)



VIDEO

- › [Marketing online e offline: differenze e similitudini](#)



STRUMENTI UTILI

- › [La comunicazione generativa | Chiara Giaccardi | TEDxLakeComo](#)
- › [Quando la percezione cambia la comunicazione | Mick Odelli | TEDxAsiago](#)
- › [Cervello, emozioni & marketing. Un viaggio interstellare | Stefano Civiero | TEDxMontebelluna](#)
- › [Campagne Marketing online oppure offline?](#)



5 REQUISITI PER LA COMUNICAZIONE OUTDOOR:

01

POCHE PAROLE

prediligi testi brevi
e concisi, il pubblico
fuori casa non ama
perdere tempo

02

NO DISTRAZIONI

colpire l'attenzione sì,
ma evita di distogliere
chi guida o cammina

03

ZERO ROMPICAPI

sì ad una comunicazione
arguta, no a messaggi
troppo complessi

04

SCEGLI LA ZONA

pondera bene l'area
territoriale di copertura in
base al budget disponibile

05

VIA LIBERA ALLA CREATIVITÀ

il messaggio
deve restare impresso
nei ricordi

SUGGERIMENTI NON DIMENTICARTI DE ...

Le 3 Macroaree della comunicazione

ABOVE
THE LINE

ATL

TARGET
GENERICO

affissione
televisione
cinema
stampa
radio

THROUGH
THE LINE

TTL

web
social media
eventi

BELOW
THE LINE

BTL

TARGET
SPECIFICO

pubbliche relazioni
sponsorizzazioni
direct marketing
promozioni

CASE STUDY UNA CAMPAGNA DI SUCCESSO

Progetto84 di CALM in collaborazione con lo scultore
Mark Jenkins: **stunt visivo (offline) & media (online)**

Questa pubblicità ha portato
alla più grande conversazione di sempre
sul suicidio maschile nel Regno Unito.

Caratteristiche del progetto
Project 84: Raising awareness
around male suicide together
with the charity CALM

19 anni di pubblicità sociale
Challenging stigma around... |
Campaign Against
Living Miserably (CALM)



01

Identità d'impresa

02

Identità di prodotto

03

posizionamento

04

concorrenza e co-marketing

05

obiettivi della comunicazione



06
DIECI

07

strumenti online

08

contenuti

09

piano di comunicazione

10

piano editoriale