

Capitolo 18

D1 *La pubblicità* (pagina 24)

Immaginate di dover definire una campagna pubblicitaria per il lancio di una nuova bevanda energetica. Definite il brief per l'agenzia pubblicitaria comprensivo delle linee guida per il piano media.

D2 *I loyalty program* (pagina 24)

Analizzando i relativi siti istituzionali, analizzate i loyalty program delle principali catene distributive operanti in Italia nel grocery e metteteli a confronto, evidenziando analogie e differenze, punti di forza e punti di debolezza di ciascuno.

D3 *Direct Marketing* (pagina 41)

Per ciascuna modalità applicativa (e-mailing, telemarketing, etc.), identificate una reale azione di direct marketing realizzata da un brand e descrivetene target, obiettivo, contenuto di comunicazione.

D4 *Viral Marketing* (pagina 43)

Si analizzi il caso studio di viral marketing "Dove Evolution" del 2006 sulle numerose fonti web disponibili. Si confrontino i costi complessivi e i costi per contatto della campagna realizzata da Dove per il Super Bowl a confronto con quelli della campagna Viral.

D5 *Social media marketing* (pagina 49)

Per ciascuna delle tipologie di social media presentate, si scelga il principale player e si analizzi la modalità di inserimento al loro interno di comunicati commerciali.