

OUTBOUND \ INBOUND

Alberto Venturini, Elia Tabarelli,
Elena Sandrini, Roberta Cannavò,
Pietro Fausto Filareto

GRUPPO 3

■ **OUTBOUND**

■ **Marketing tradizionale**

- L'azienda si promuove attraverso i media tradizionali e va a ricercare il cliente.



■ **INBOUND**

■ **Marketing digitale**

- L'azienda entra in contatto con i clienti realmente interessati, i quali effettuano ricerche online di ciò di cui hanno bisogno.

OUTBOUND



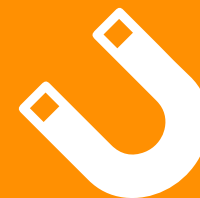
INBOUND



OUTBOUND



INBOUND



OUTBOUND



INBOUND



OUTBOUND

Dove: Spot televisivi o radiofonici, volantini, telemarketing...

Vantaggi: entra in contatto con milioni di potenziali clienti

Svantaggi: sola una piccola percentuale di clienti è interessata al prodotto, perde il potere persuasivo

INBOUND

Dove: Social network, Browser di ricerca, blog, eventi...

Vantaggi: diventa “aiutante” del cliente, conosce già il cliente interessato, ne risolve i problemi

Svantaggi: profonda conoscenza degli strumenti e progettazione attenta

COCACOLA

OUTBOUND



INBOUND

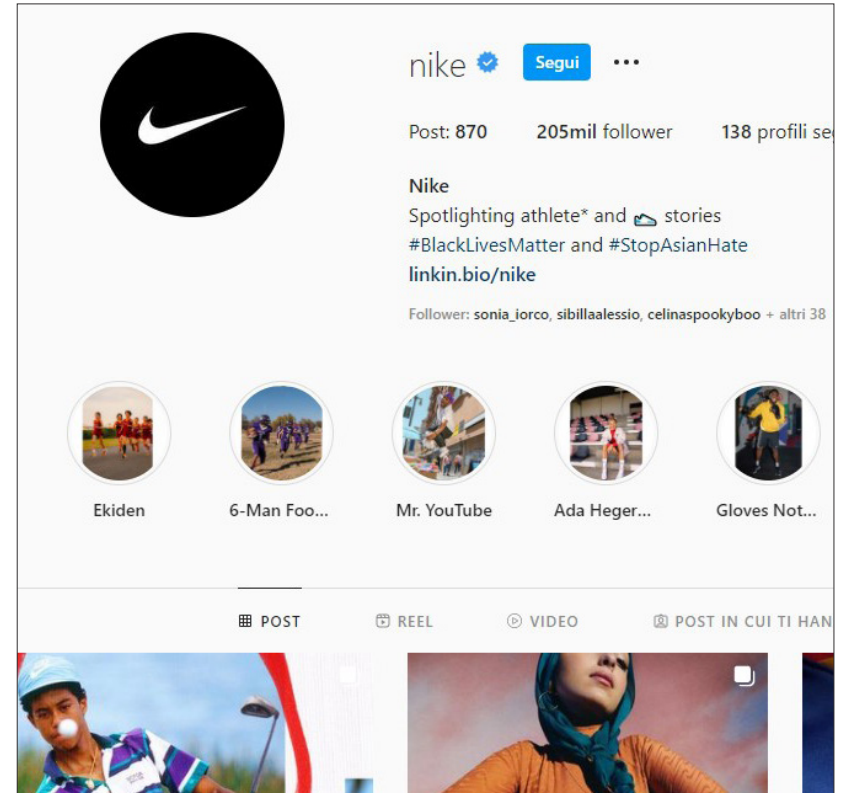


NIKE

OUTBOUND



INBOUND



REDBULL

OUTBOUND

INBOUND



POST

INBOUND
&
OUTBOUND



LOW FARES FROM BELFAST
LONDON
GATWICK
5 TIMES DAILY
FROM £9.99
RYANAIR
LOW FARES. MADE SIMPLE

marketing tradizionale e nuove possibilità digitali