

TEORIA E TECNICA DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE

Il communication mix: punto vendita, fiere

Laura Gavinelli
laura.gavinelli@unimc.it

Facoltà di Economia
Università degli Studi di Macerata

1. Il punto vendita

La distribuzione

I CANALI DISTRIBUTIVI

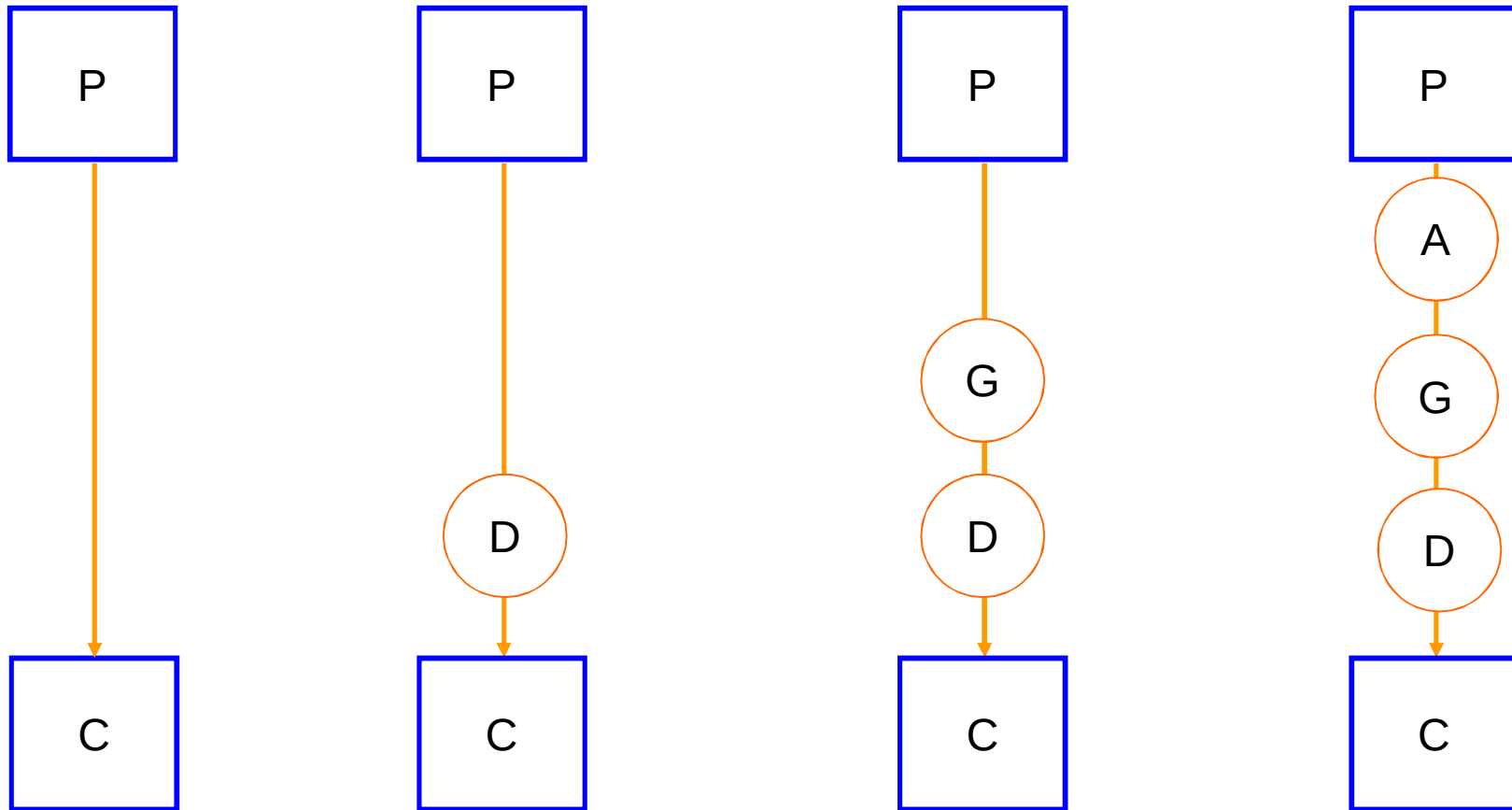
“Un canale di distribuzione è costituito da un insieme di istituzioni indipendenti che svolgono il complesso di attività necessarie per **trasferire un prodotto** e il relativo titolo di **proprietà** dal produttore al consumatore” (Kotler 2004)

Le funzioni (razionali) della distribuzione

1. Informazione (a due vie)
2. Promozione
3. Negoziazione - Conferimento dell'ordine
4. Pagamento - Finanziamento
5. Gestione del rischio
6. Distribuzione fisica
7. Stoccaggio
8. Economie di spazio, tempo, assortimento
9. Trasferimento del titolo di proprietà
10. Post-vendita

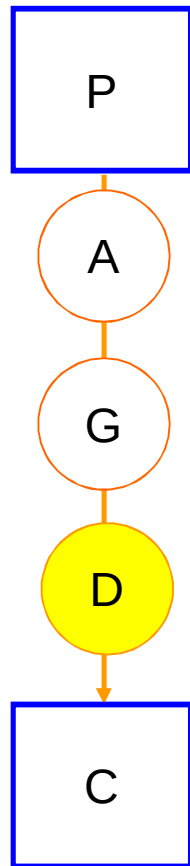


Canali e attori



P=produttore, C=consumatore,
A=agente/broker, G=grossita, D=dettagliante

I dettaglianti



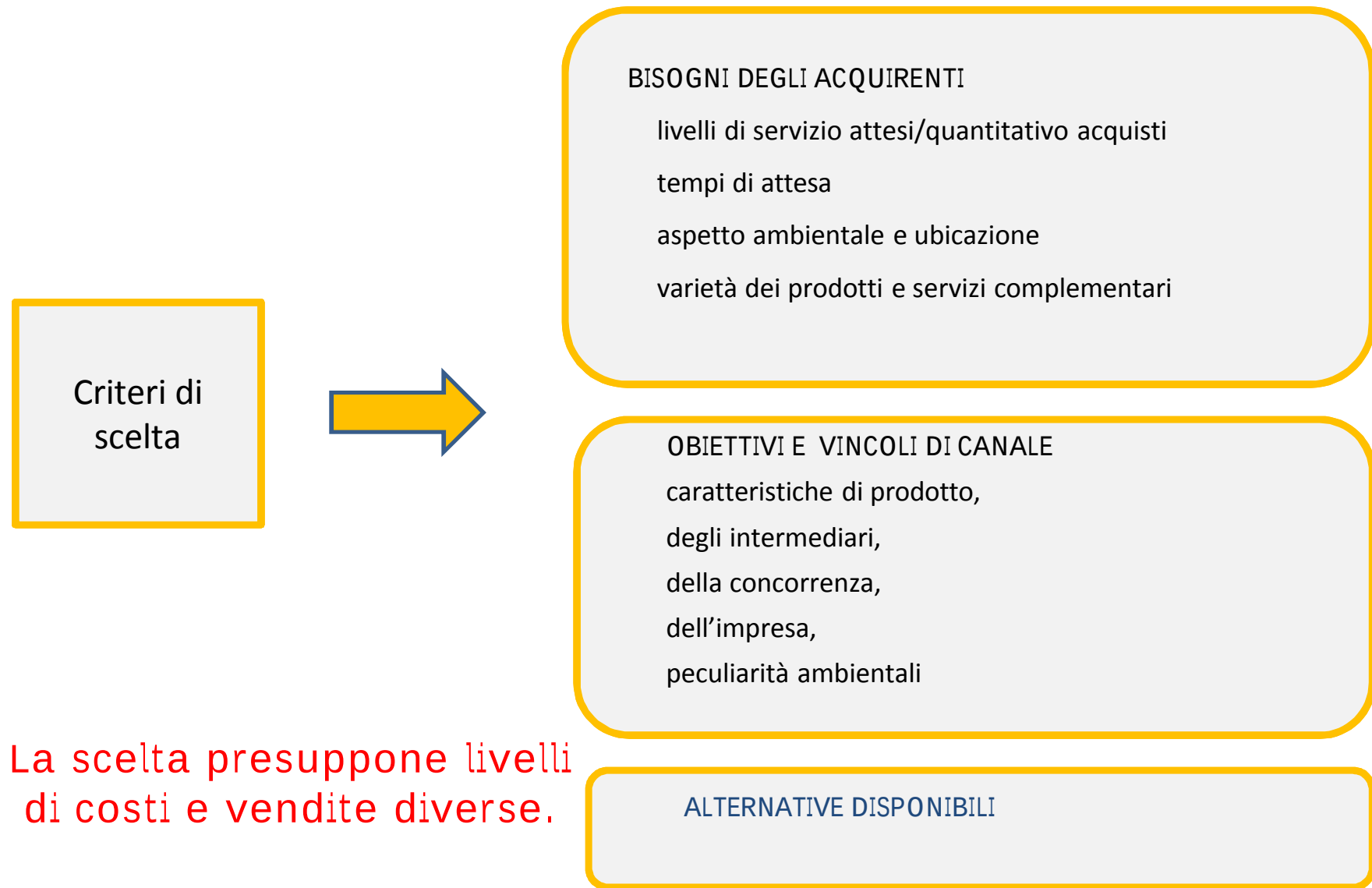
FUNZIONI

- Rivende al dettaglio
- Seleziona la gamma di prodotti e le marche

VANTAGGI

- Contatto diretto con il cliente
- Informazioni su bisogni e tendenze
- Maggiore personalizzazione dell'offerta
- Diffusione capillare sul territorio
- Varie tipologie per formula e dimensione

La scelta dei canali distributivi



Il ruolo del punto vendita

L'evoluzione del ruolo del punto vendita

- Point of sale
- Point of purchase
- Point of permanence
- Point of meeting

**Dalla logica transazionale
alla logica relazionale
Alla logica esperienziale
(retail-tainment)**

Le dimensioni che entrano in gioco

razionali

cliente

ludiche



relazionali

prodotto

esperienziali

Leve operative del merchandising nel PDV

“La parte del marketing che comprende tutte le tecniche commerciali atte a presentare, nelle migliori condizioni materiali e psicologiche possibili, il prodotto o il servizio offerto al potenziale acquirente”



Leve operative del merchandising nel PDV (hard)

Layout attrezzature

Layout merceologico

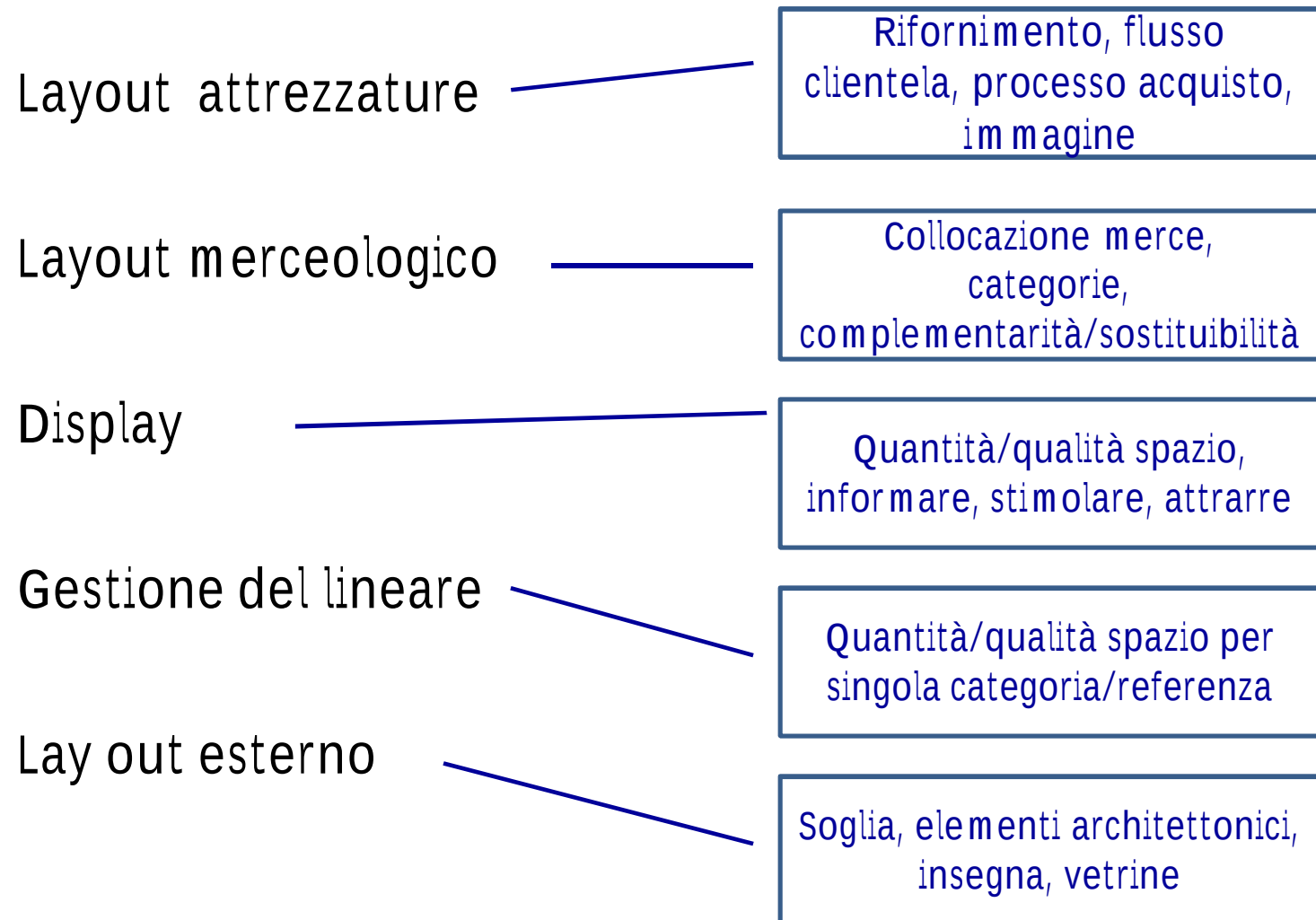
Display

Gestione del lineare

Lay out esterno



Leve operative del merchandising nel PDV (hard)



<http://www.cittasottili.it/manas.htm>



Altre leve operative del merchandising nel PDV (soft)

atmosfera

Stimoli sensoriali,
tematizzazione

servizi

Baby parking, totem info,
dimostrazioni, consulenza ad
hoc, finanziamenti

Interazione

Personale vendita

intrattenimento

Eventi, performance, centri
annessi

Le forme distributive

Format distributivi classici

- Negozio tradizionale, di prossimità (piccole dimensioni)
 - Superette (200-400 mq)
 - Discount (< 1000 mq)
 - Supermercato (400-1500 mq)
 - Supermercato integrato (1500-2500 mq)
 - Ipermercato (> 2500 mq – media Italia 5000 mq, Francia 8000 mq)
 - Superstore (2.500-5.000 mq)
- Porta a porta
 - Per corrispondenza
 - E-shopping



Confronto Europa

	Ipermercato	Super 1.000 2.500 mq	Super 400 -1.000 mq	Superette 100 - 400 mq	Altro
Italia	16,2	16,8	26, 5	17,5	23,0
Francia	51,5	24,6	11,4	4,6	7,9
Germania	25,7	16,6	37,5	15,1	5,1
Gran Bretagna	50,9	25,6	11,8	11,7	0,0
Spagna	34,0	15,1	17,6	19,0	14,3

Format distributivi più recenti

Corner (shop in shop se > 30 mq)

Flagship store (total brand experience)

Concept store (tematismo)

Factory outlet (singolo o village)

Temporary shop (evento/tempo)



Prezzo-merce-servizio



Nearest McArthurGlen Designer Outlet Throughout the UK and Europe

http://www.mcarthurglen.com/locations/index.htm

Visualizza Preferiti Strumenti ?

Outlet village serravalle



Effettua la ricerca



Siti suggeriti



HotMail gratuita



Personalizzazione collegamenti



our Nearest McArth...



Libero Web Mail

Questa pagina è in Inglese. Tradurre la pagina con Google Tool



MCARTHURGLEN DESIGNER OUTLETS

[HOME](#) | [WHAT IS OUTLET SHOPPING?](#) | [LOCATIONS](#) | [BRANDS](#) | [KEY LOOKS](#) | [LOVE REWARDS](#) | [TOURISM](#)

[McARTHURGLEN GROUP](#)

LOCATIONS

UK

ASHFORD DESIGNER OUTLET
BRIDGEND DESIGNER OUTLET
CHESHIRE OAKS DESIGNER OUTLET
EAST MIDLANDS DESIGNER OUTLET
LIVINGSTON DESIGNER OUTLET
SWINDON DESIGNER OUTLET
YORK DESIGNER OUTLET

ITALY

BARBERINO DESIGNER OUTLET
CASTEL ROMANO DESIGNER OUTLET
LA REGGIA DESIGNER OUTLET
SERRAVALLE DESIGNER OUTLET
VENETO DESIGNER OUTLET

GREECE

ATHENS DESIGNER OUTLET

NETHERLANDS

ROERMOND DESIGNER OUTLET

GERMANY

BERLIN DESIGNER OUTLET
HAMBURG DESIGNER OUTLET

AUSTRIA

PARNDORF DESIGNER OUTLET
SALZBURG DESIGNER OUTLET



Il temporary shop

Breil Milano - Temporary Store - Microsoft Internet Explorer

File Modifica Visualizza Preferiti Strumenti ?

Indietro Cerca Preferiti

Indirizzo <http://www.limbiatorologeria.it/news2.asp?newsID=527> Vai Collegamenti



» CHRONOTECH

» BREIL

» BREIL

» BREIL MAN

» BREIL WOMAN

» SUUNTO

» BREIL STONES

» CITIZEN

» D&G

» POLAR

» CASIO

» MORELLATO

» OREGON SCIENTIFIC

» REBECCA

» SECTOR

» D&G GIOIELLI

» TRUDI GIOIELLI

» TRIBE

» SWEET YEARS

» VAGARY

» NIKE

» SEIKO

» TEMPUS FUGIT

» News

» Breil Milano - Temporary Store

Total Restyling per lo storico negozio Breil di Corso Vittorio Emanuele situato lungo uno dei più importanti crocevia della capitale della moda milanese.

La boutique **Breil Milano** si trasforma, aspettando il 2008, anno nel quale sarà inaugurato il nuovo concept ricco di innovazioni e di maggior contatto con il pubblico.

Il marchio **Breil Milano** esclusivo ed originale parte del Gruppo Binda, dopo i successi ottenuti dalle collezioni **gioielli Breil Stones**, la linea di **pelletteria**, del brand di **orologi Breil**, il recente lancio del profumo e della **collezione occhiali EYEWEAR**, prosegue verso un progetto di stile, design glamour ed essenziale.

Per l'anno 2008 è prevista la presentazione dell'atteso **concept store Breil Milano** rinnovato ed ampliato, già a breve sarà possibile vedere un flash della trasformazione futura, da **Breil shop a Temporary Store** confortevole e sofisticato.

All'interno dello store **Breil** il pubblico troverà diversi spazi tra cui:

- zona vendita su tre isole dotate di sedute per introdurre una nuova e più intima modalità di vendita;
- due postazioni Internet per scoprire le novità in anteprima visitando il sito **Breil Milano**;
- sistema di illuminazione particolare, per meglio illuminare tavoli e teche, in modo da valorizzare ogni dettaglio del prodotto;
- tre sculture in vetro di Murano, illumineranno lo store e contribuiranno a valorizzare al meglio l'elegante immagine del negozio **Breil Milano**.

Per la vetrina dello **store Breil Milano** vi è un'importante novità, essa sarà resa completamente trasparente per donare massima visibilità così da rendere immediato il contatto con il pubblico.

Breil Milano con coraggio percorre e rafforza le ricche idee della famiglia Binda e le coraggiose strategie del Gruppo.

BREIL

BREIL MILANO

» HOME

» Blog

» Aggiungi ai preferiti

» Carrello (0)

» Chi siamo

» Condizioni

» Contatti

» FAQ

» Filosofia

» Glossario

» Links

» News

» Mappa del sito

» Progetto fiducia

» Remote Shopping

» Servizi

» Spedizioni

» Storico News





MUSICA

NEWS

TV

COMMUNITY

CINEMA

GIOCA

XTRA

[Blog](#) | [Foto](#) | [Video](#) | [Audio](#)

500 POP.UP STORE

VIA DE TOCQUEVILLE 11

ALCUNE PICCOLE COSE SONO MAGICHE.

500 ha aperto il 500 POP.UP STORE a Milano, in via De Tocqueville 11



SECRET SHOWS

5 GIOVEDÌ
GIUGNO

25 MERCOLEDÌ
GIUGNO

9 MERCOLEDÌ
LUGLIO



2. La fiera

Caratteristiche e tipologie di fiera

CARATTERISTICHE

Fisica

Collettiva

Temporanea

Periodica

Localizzata

Tematica

TIPOLOGIE

BtoB (informativa, commerciale)

BtC

CtoC

ibrida

Ruoli della fiera

