

Circolare 206/2017

Segrate, 27 aprile 2017

Oggetto: **INCREMENTARE LE VENDITE CON IL CATALOGO**
Campagna Promozionale Sconto “Fifty / Fifty” dall’8 al 21 maggio

Gentile Affiliato,

siamo lieti di annunciarLe una nuova campagna promozionale che Mondadori Retail dedica, per la prima volta ed in via esclusiva, al proprio network di librerie dirette e affiliate “Mondadori Bookstore” e “Mondadori Point” in sinergia con gli editori aderenti (Gruppo Mondadori, Feltrinelli, Giunti e Newton).

Tale iniziativa si propone importanti obiettivi, tra gli altri:

- Incrementare le vendite di catalogo
- Aumentare la visibilità della rete affiliata per guadagnare e fidelizzare clienti;
- Migliorare la qualità dell’assortimento del punto vendita
- Minimizzare i costi di mantenimento a magazzino dei prodotti con “scarsa rotazione” e le “spese di trasporto” relative alla resa;

La meccanica dell’iniziativa e gli sconti riservati a Lei e alla Sua clientela sono dettagliati nelle slide qui allegate; la promozione è limitata al solo periodo indicato salvo esaurimento delle quantità individuate per ogni singolo punto vendita.

Per permetterLe di approfittare di tale iniziativa abbiamo analizzato l’assortimento di ciascun punto vendita ed individuato – nel rispetto dei criteri e parametri della c.d. “Legge Levi” – prodotti “mai movimentati negli ultimi 6 mesi” che rappresentano una bassissima probabilità di vendita.

La campagna promozionale rappresenta un primo step di un processo più strutturato volto, nel suo insieme, a rendere il catalogo del Suo negozio altamente profittevole e attrattivo per la clientela esistente e nuova, migliorando la qualità dell’assortimento.

Questa prima fase sarà seguita da un’attività altrettanto importante che comporterà l’incremento dei titoli di catalogo c.d. “altovendenti” **non presenti** nell’assortimento del Suo punto vendita. L’invio verrà fatto al termine della prima fase promozionale.

In chiusura Le ricordiamo che la campagna è dedicata ai clienti con carta “Payback”, un’occasione preziosa da sfruttare per la sottoscrizione di nuove carte e fidelizzazione della clientela esistente e nuova. Vi invitiamo a promuovere questa iniziativa ai non clienti della città grazie agli elementi che vi mettiamo a disposizione.

Certi che trasmettiate anche al vostro staff l’importanza e l’unicità di questa iniziativa, porgiamo i nostri migliori saluti e vi invitiamo a leggere le pagine che seguono per ottenere tutti i dettagli, in ogni caso per qualsiasi dubbio e chiarimento non esiti a contattare il Suo agente di zona.

DIREZIONE VENDITE
Leonardo Gazza

OBIETTIVI DEL PROGRAMMA

Obiettivi per i nostri affiliati:

1. Incrementare le vendite di catalogo
2. Aumentare la visibilità della rete affiliata per guadagnare e fidelizzare clienti;
3. Migliorare la qualità dell'assortimento del punto vendita
4. Minimizzare i costi di mantenimento a magazzino dei prodotti con “scarsa rotazione” e le “spese di trasporto” relative alla resa;

MODALITA'

COME:

Riqualificando l'assortimento editoriale in 2 fasi:

1. Promozione di titoli bassorotanti specifici per negozio.
2. Reintegro di catalogo attraverso titoli altovendenti

COSA:

- Abbiamo individuato il migliore assortimento per negozio in termini di vendite e potenzialità sul mercato
- Abbiamo analizzato per ciascun punto vendita i titoli che non danno profitto da coinvolgere nella promo.



VENDERE IL CATALOGO ATTIRANDO NUOVI CLIENTI E' LA SOLUZIONE GIUSTA!

Il reso rispetto alla promozione genera troppi costi, minori vendite e minor traffico di nuova clientela.

PIANO TEMPORALE



APRILE

- INDIVIDUAZIONE DEL CATALOGO NON PROFITTEVOLE PER OGNI PUNTO VENDITA DA SMALTIRE CON PROMOZIONE
- SELEZIONE ASSORTIMENTO DI ALTA PROFITABILITA' PER NEGOZIO

1-8 MAGGIO

- ESPOSIZIONE SU UN'UNICA STRUTTURA IN POSIZIONE DI MASSIMA VISIBILITA' DEI LIBRI DA PROMUOVERE
- COMUNICAZIONE IN ANTEPRIMA DELLA PROMOZIONE AI CLIENTI POTENZIALI (NON DELLA LIBRERIA). USARE I CONTATTI CON SCUOLE, AZIENDE E UNIVERSITA' DELLA III ETA' PER GENERARE PIU' TRAFFICO POSSIBILE DI NUOVA CLIENTELA

8-21 MAGGIO

- PROMOZIONE

21-31 MAGGIO

- RESO DEI LIBRI NON VENDUTI
- CONSEGNA DEI TITOLI ALTOVENDENTI FACENTI PARTE DEI 2000 TITOLI DI ARIANNA ATTRAVERSO UNA DISTRIBUZIONE PER CLUSTER **TENENDO CONTO DELLA GIACENZA** DI PARTENZA DEL PV

LA CAMPAGNA PROMOZIONALE

PERIODO:

8 – 21 maggio 2017

SCONTO:

50% di sconto PVP

INSERIMENTO PROMO:

DIRETTAMENTE DALLA SEDE

EDITORI

Gruppo Mondadori, Newton, Giunti, Feltrinelli

CATALOGO PROMOZIONATO:

Per la prima volta i titoli sono stati selezionati **per ciascun punto vendita** in ottemperanza alla *Legge Levi* (con data di pubblicazione non inferiore a 20 mesi e non movimentati da almeno 6 mesi nella sua libreria).



LA CAMPAGNA PROMOZIONALE

VISIBILITA':

- A. CARTONATO DA BANCO
- B. VETROFANIE
- C. LOCANDINE
- D. SEGNASCAFFALI
- E. BOLLONI usare quelli in dotazione>>



COMUNICAZIONE:

- 2,6 MILIONI DI E-MAIL AI SOTTOSCRITTORI PAYBACK
- 700 MILA E-MAIL A EX CARDISTI MONDADORI CARD
- COMUNICAZIONE ESTERNA DELLA LIBRERIA AI CLIENTI NON FEDELI (aziende, università della III età, circoli, associazioni...) attraverso post facebook sponsorizzati, e-mail alle aziende locali, scuole ecc.

D



ESPOSIZIONE IN PUNTO VENDITA

Vi chiediamo di

- Collocare i libri in promozione in una zona di forte flusso e molto visibile dall'esterno.
- Non disporre i libri in modo disordinato o accatastato, ma con ordine e dignità.
- Allestire la vetrina principale con la locandina e i titoli più interessanti
- Esporre 2/3 titoli in cassa per indurre l'acquisto d'impulso
- Comunicare alla clientela NON fedele, ai passanti e attraverso i social la promozione.

INTERNO PUNTO VENDITA

Se possibile consigliamo vivamente l'esposizione a banco e non a scaffale

SEGNASCAFFALI

Affiancarli in modo da coprire lo scaffale o la base del tavolo/banco. Fissarle bene in modo che non si spostino o creino un effetto disordinato

COSA NON FARE: non coprire i libri, non mostrare lo scotch, non attaccarli in modo disallineato o in verticale., non attaccare i bollini a scaffale.

CARTONATO DA BANCO

Posizionarlo al centro del ripiano superiore. Esporre sul cartonato i titoli di maggiore appetibilità



LA VETRINA

SI



LOCANDINA

Attaccarla all'altezza di un metro e mezzo facendo attenzione a tenerla dritta a ben stesa. Posizionarla vicino al lato sinistro.

VETROFANIA

Attaccarla nell'angolo in alto a destra all'altezza di 2 metri facendo attenzione a non fare bolle sotto la superficie

NO



LOCANDINA

COSA NON FARE: non attaccarne più di una per vetrina, non attaccarle storte, strappate o spiegazzate. Non coprire la vetrina ad altezza occhi.

VETROFANIA

COSA NON FARE: non attaccarla ad altezza occhi o al centro della vetrina. Non bloccare la vista sulla vetrina o nel punto vendita.

PROCEDURA IN CASSA

- I libri oggetto della promozione passeranno a prezzo scontato se abbinate a carta Payback del cliente.
- La promozione non è cumulabile con altre offerte in corso, se ci dovessero essere sovrapposizioni la cassa scarterà automaticamente lo sconto meno conveniente (esempio: -15% payback e -50% libri in promozione)

LA CAMPAGNA LOCALE

La campagna prevede quindi un forte taglio prezzo e la redditività va ricercata attraverso una importante comunicazione sui clienti non fedeli alla libreria.

Il maggior traffico e la vendita aggiuntiva di catalogo non promozionato saranno fondamentali per il successo della campagna.

Gli elementi che vi suggeriamo di adottare per comunicare la promozione ai potenziali clienti in zona sono i seguenti:



POST SOCIAL

da condividere e pubblicizzare
investendo in post
geolocalizzati sulla vostra
località



VOLANTINI

da consegnare ai passanti



HOSTESS

per il volantinaggio



NEWSLETTER

per comunicare l'iniziativa alle
scuole e alle aziende locali,
università della III età e
associazioni culturali o circoli
di lettura.

Trovate tutti gli elementi stampabili e di comunicazione sul sito www.mondadoriretail.com

REDDITIVITA'

MARGINALITA' PER L'AFFILIATO

Verrà riservato uno sconto del 10% sul pvp defiscalizzato (incassato) di tutto il prodotto editoriale promozionato.

ESEMPIO	SENZA PROMO	CON PROMO <i>FIFTY FIFTY</i>
PREZZO INIZIALE DI VENDITA PVP	10 €	10 €
INCASSATO	10 €	5 €
COSTO DEL VENDUTO	7 €	4,50 €
MARGINE	3 €	0,50 €