

l'attuazione di nuovi processi di creazione del valore. Significa farli entrare nelle preferenze del consumatore per vendere di più e meglio. Tutto questo senza mai sostituirsi a loro, ma mettendo gratuitamente disposizione nuove competenze in materia di marketing, comunicazione, pubblicità e moderna gestione di un retail a 360 gradi».

Tornando agli aspetti legati alla comunicazione, cosa intendete per "piano di marketing" personalizzato?

«Il piano di marketing è un documento strategico, indispensabile per individuare i fattori critici di successo della propria attività, agire sui punti di forza e raggiungere gli obiettivi mediante l'utilizzo delle leve e degli strumenti più efficaci - **risponde Elisabetta Fiorati, responsabile marketing OMC** -. Sono informazioni, dati oggettivi e consigli competenti per riflettere e decidere in modo "scientifico" sulla gestione del proprio business.

È un servizio gratuito offerto a tutti i soci OMC, realizzato da esperti del settore. Tutto questo perché ognuno dei nostri soci merita un trattamento personalizzato e non semplici campagne omologate. Ognuno ha una propria storia, desidera perseguire personali obiettivi e opera in contesti che non sono paragonabili con quelli degli altri colleghi. E ognuno di loro riceve il proprio marketing plan, per poi definire come e dove indirizzare le proprie energie cognitive ed economiche.

Gli permettiamo, così, di fare una scelta mirata e consapevole. Ma non ci fermiamo qui. Aiutiamo il socio nell'implementazione delle attività di marketing pianificate e glielo facciamo anche finanziare, grazie alla creazione di co-marketing. Non è fantastico?».

Il catalogo servizi di OMC



Quindi, con OMC la pubblicità non è più un "centro di costo" ma un "centro di ricavo"?

«Per due motivi fondamentali. Il primo è che si realizzano campagne efficaci utilizzando i giusti contenitori ed i giusti contenuti, garantendo così un ritorno. Secondo, OMC si occupa anche di reperire le risorse economiche per finanziare le campagne. Consulenza e supporto completo: studio, ideazione, progettazione, realizzazione di una campagna e successiva misurazione dei risultati. L'obiettivo finale è quello di garantirgli un prodotto su misura e chiavi in mano per poter passare dall'idea all'azione. Sul portale www.opticalmasterclub.it nella sezione "best practice", si trovano esempi pratici delle nostre campagne retail».

Quali altre iniziative e servizi di marketing fornite?

«C'è la rivista "Vedo Magazine", fornita gratuitamente a tutti i nostri soci. Uno strumento editoriale di grande attualità sulla visione, destinato al consumatore finale per informarlo, aggiornarlo, educarlo, incuriosirlo e fare in modo che scelga consapevolmente il proprio luogo d'acquisto.

Inoltre, realizziamo numerose promozioni con una grande beneficio sia per l'ottico, sia per il consumatore.

La più recente tra queste è la campagna sole-vista. E per l'autunno ci aspettano altre tematiche interessanti. La lista dei benefici è lunga ed in continua evoluzione. Abbiamo creato un apposito catalogo cartaceo e un'area riservata del nostro sito web, dove pubblicare tutte le offerte e le opportunità a disposizione. Spaziamo dal marketing del punto vendita all'area amministrativa, dalle promozioni ai servizi in convenzione, dagli accordi con le aziende alla formazione professionale, dai prodotti personalizzati alla consulenza in materia di comunicazione.

Le nostre newsletter hanno, invece, il compito di aggiornare in tempo reale i soci sulle news: nuovi contratti, nuove promozioni, nuove possibilità di crescita, nuove occasioni di risparmio, nuove strategie vincenti».

Per saperne di più:
OMC

Tel. 02.48751802

info@opticalmasterclub.it

www.opticalmasterclub.it