



# RAGGIUNGERE IL CONSUMATORE E COINVOLGERLO

- 1 Individuare chi parla del brand e interagire
- 2 Presidiare la rete
- 3 Costruire relazioni positive (consumatori fedeli e propositivi)





# LAB SULLA PUBBLICITÀ

MEZZO	PLUS	MINUS
WEB	Monitoraggio di ricezione e caratteristiche del target Interattività Multimedialità Modifica del messaggio in tempo reale Possibilità di appofondire il messaggio	Minor impatto mediatico Costo contenuto
OOH/ DOOH	Forte impatti visivo Localizzazione strategica	Concetti semplici (Non si può argomentare) Costi
STAMPA	Flessibilità geografica Possibilità di dettagliare i contenuti Autorevolezza	Durata limitata staticità Costo variabile
RADIO off e on line	Voce Possibilità di ascolto contemporanea ad altre attività Anche on demand	Assenza di immagini Costo contenuto
TV	Presenza in tutte le case Massimo potere evocativo	Alto costo Curva di dimenticanza elevata



# WEB ADV

## PUSH AND PULL IL MODERNO TIRO ALLA FUNE

<b>PUSH ADS</b> È il birrificio che spinge il messaggio verso l'utente	<b>PULL ADS</b> È l'utente che ricerca il contenuto su cui si fonda il messaggio
Permette un contatto tra brand e utente Invasivo Non richiesta	Meno invasiva Innovativa Mirata Parole chiave ricercate dall'utente
<b>ESEMPI</b>	
Banner Email	Search Keyword Profilazione mirata del target sulla base del comportamento o del contesto





# Esempi di Social ADV

IL CLICK:  
DAL FAR FARE AL FAR VOLERE

BANNER

SPONSORED STORY

PROMOTED POST

**Underberg**

**ONESTIGROUP**  
THE DISTRICT OF BEVERAGE

INFO ▾ NOTIZIE/DOCUMENTI ▾ DIRECTORY AZIENDE/MARCHI ▾ PUBBLICAZIONI PDF ▾ NEGOZIO LIBRI/BANCHEDATI ▾

**beverfood**.com

cerca notizie e documenti 🔍    cerca aziende e prodotti 🔍

AZIENDE    PRODOTTI & BRANDS

**BIRRA**

## AB InBev: crescita dei volumi del 3,7% e dei ricavi del 12,1% nel terzo trimestre 2022

27/10/2022 - 662 LETTURE

Iscriviti alla newsletter!

inserisci la tua email

**ISCRIVITI**

*the bitter dose for a perfect Cocktail*

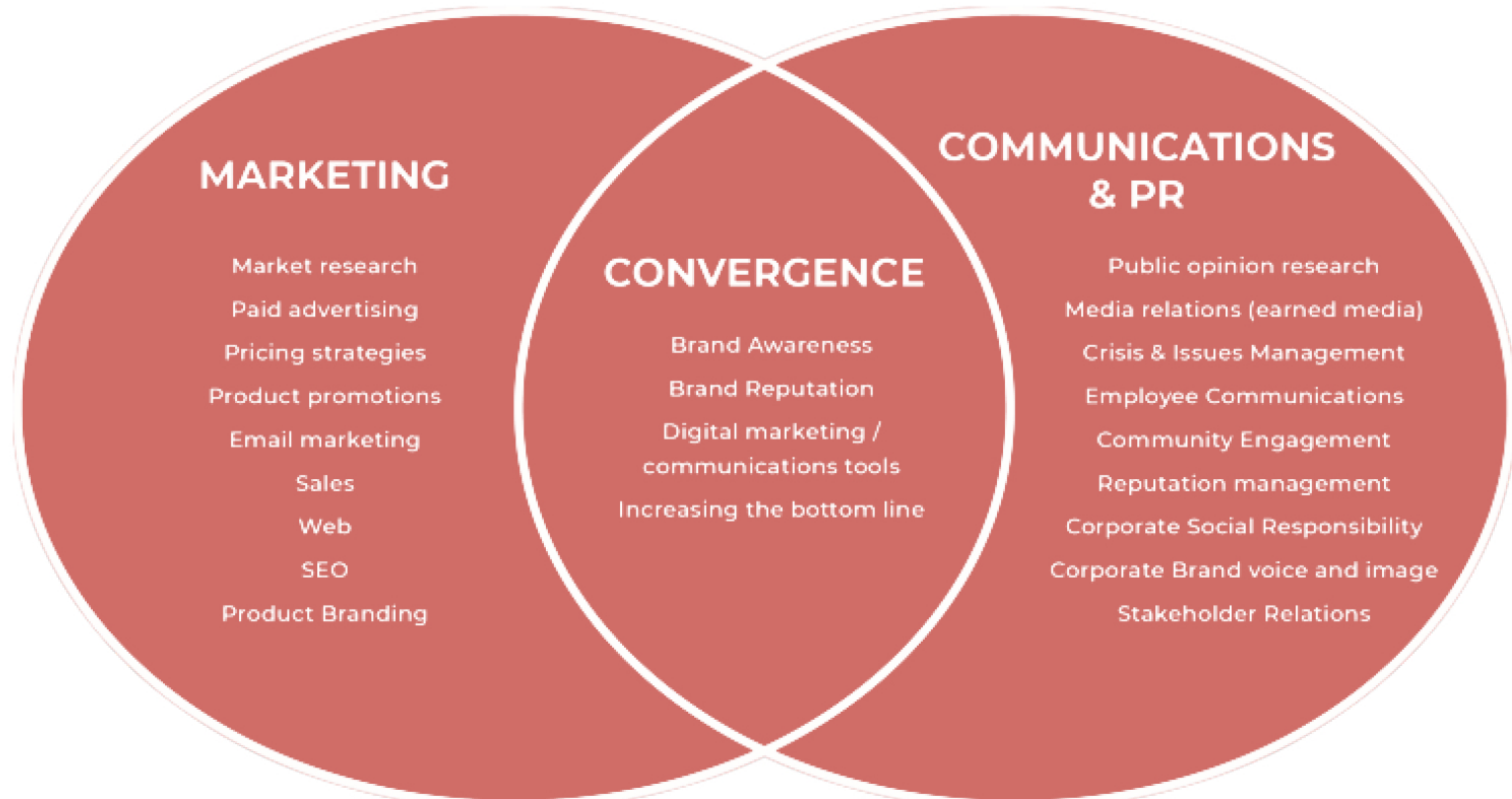
**EASYBRÄU-VELO**  
TMCI PADOVAN



**Produttori  
di impianti  
per birra  
artigianale**



# MARKETING VS PUBLIC & MEDIA RELATIONS





# TARGET

Microbirrifici  
Brewpub

Shop di birra artigianale  
Publican

Produttori

Retail

Social

Consumatori

Beer bloggers  
Eventi  
Social Media

Beer fans  
indecisi



# PIT STOP: *IL PIANO DI COMUNICAZIONE FAI-DA-TE*

Identificazione di vision, mission, strategie e valori di impresa

Identificazione stakeholder

Identificazione obiettivi

Analisi delle variabili (sociali, economiche, politiche, tecnologiche..)

Individuazione target

Definizione dei messaggi chiave

Strategia (si decidono le azioni)

Strategia operativa (si esegue)

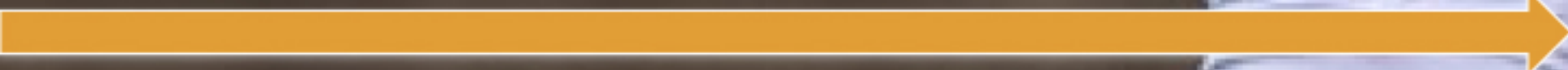
Distribuzione budget

Tempi

Verifica (rassegne stampa, ricerche di mercato, KPI Key Performance Indicators)



PIANO DI COMUNICAZIONE







Debriefing:  
analisi della  
realtà e dei  
target

Definire la mappa dei  
propri stakeholder:

- Imprese
- Istituzioni
- Media
- Opinione pubblica

Creazione  
Strategia

- Obiettivi
- Definire le azioni
- Definire gli strumenti
- Definire l'arco di  
tempo
- Definire budget

Realizzazione  
sulla base  
degli obiettivi

- Obiettivi specifici  
e scelta dei canali  
migliori per  
realizzarli
- Piano editoriale

Valutazione  
risultati

- Customer  
satisfaction
- Insight SN
- Rassegna stampa



# Addetto stampa

Briefing (analisi)

Obiettivi

Strategie

Attività media off e on line

*Cosa può fare:*

Presentare un bilancio

Lancio di un nuovo prodotto

Anniversario aziendale

Presenza a manifestazioni fieristiche

Eventi e notizie particolari

Fatti notiziabili



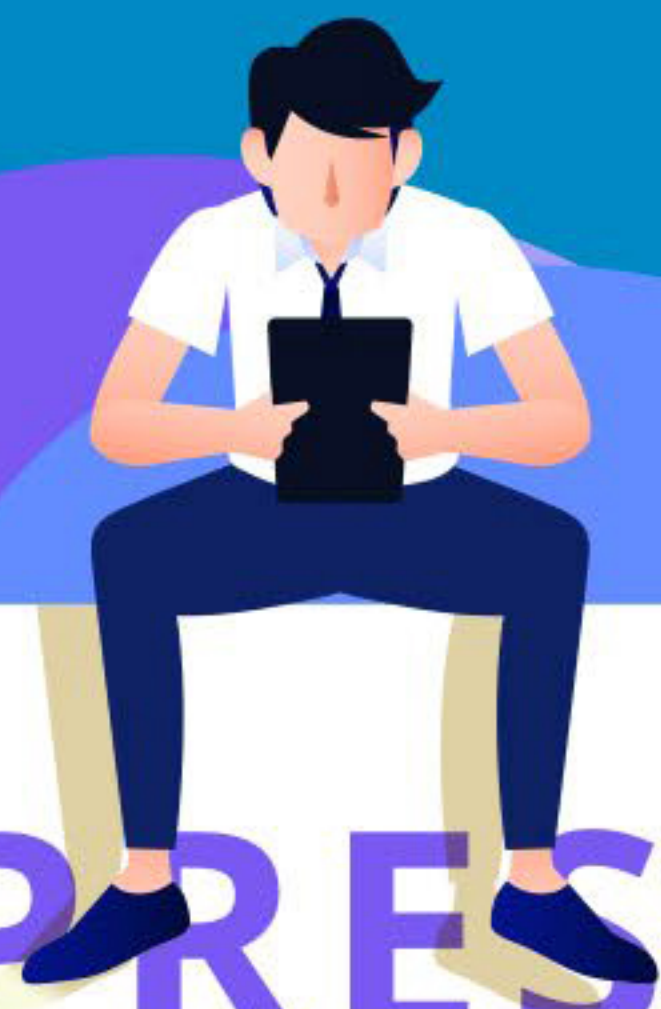


COMUNICATO STAMPA

PRESS KIT



PRESS TRIP



PRESS  
RELEASE



CONFERENZA  
STAMPA

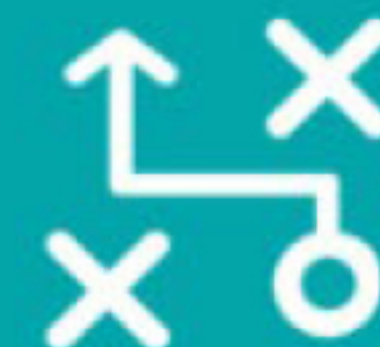


# SPONSORIZZAZIONE



www

# SPONSOR





# COMUNICAZIONE FIERISTICA

## **PRE FIERA**

Predisposizione del catalogo  
Direct mail  
Lettere invito personalizzate  
Invio Comunicati stampa  
Invito a visitare lo stand tramite whatsapp  
Preparazione e invio cartelle stampa con schede prodotto  
Servizio foto novità in fiera  
Pianificazione ADS  
Recall

## **FIERA**

Workshop  
Roll up  
Organizzazione eventi  
convivio post fiera  
Gadget  
Presso ufficio stampa fiera  
cartelle stampa e PR  
Cartelle stampa presso stand  
Servizi foto  
OneToOne con la stampa  
Scheda accreditati

## **Post Fiera**

Creazione di un database di nominativi  
Mail di ringraziamento a buyers e giornalisti  
Rassegna stampa



*Case History*

# CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

BIRRA MARDUK

*(punti di forza)*





# INDICE DEGLI ARGOMENTI TRATTATI

1 - ANALISI E SCENARIO DEL MERCATO

2 - DEFINIZIONE OBIETTIVI

3 - TARGET

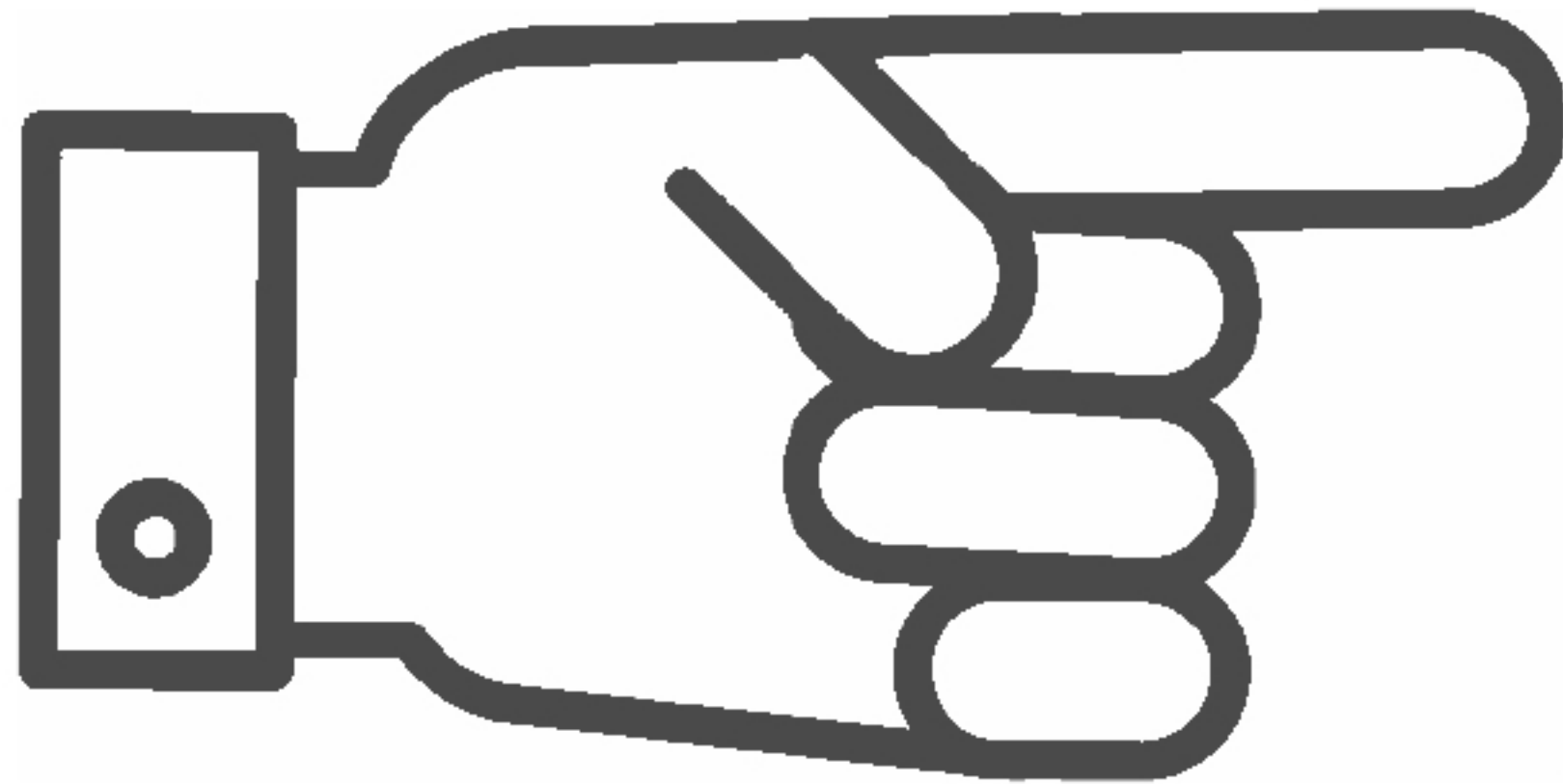
4 - BUDGET

4 - PIANO STRATEGICO

5 - MEDIA ACTIVITIES

6 - TEMPI

7 - VERIFICA DEI RISULTATI





# 1 - ANALISI E SCENARIO

## DEBRIEFING

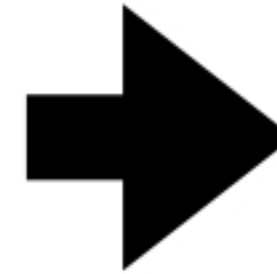


Nell'età del bronzo in Sardegna esisteva un dio con alte corna, luce del Sole e forza del Toro, il suo nome era Marduk, aveva 4 occhi e 4 braccia. Molto forte nei campi, tenace in battaglia, si dice che sapesse "guardare oltre". Il suo popolo di guerrieri, i forti "Shardana", abili navigatori, sorseggiavano birra alla conquista del Mar Mediterraneo.

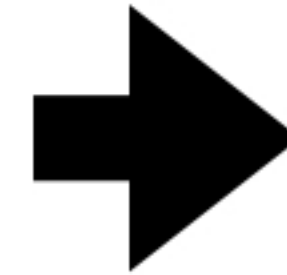
Sardegna isola magica, ricca di cultura, tradizioni e mistero così come le nostre birre unicamente sarde, dentro e fuori

In Sardegna ha origini antichissime: ritrovamenti di vasi contenenti tracce di luppolo infatti testimoniano come il consumo di birra fosse diffuso in Sardegna già nell'età del rame. Nell'ultimo decennio, il settore enogastronomico sardo ha assistito a un rapido e inarrestabile sviluppo del comparto delle birre artigianali: si è passati infatti dai 13 birrifici artigianali del 2012, ai quasi 40 del 2022.

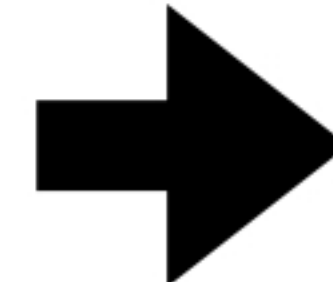
attenzione ad ogni processo di sviluppo e ricerca nella fase della coltivazione, della produzione e della commercializzazione potenziando la filiera e i suoi prodotti, valorizzando quelli dell'isola e garantendone l'efficienza, senza però rinunciare al valore della qualità e allo spirito identitario che ci caratterizza dall'inizio del progetto Marduk.



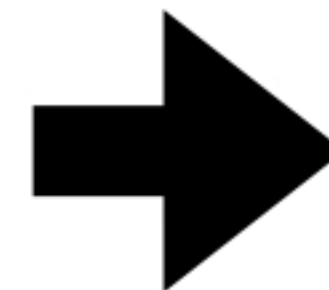
Ricerca di elementi nel passato che possano riconnettersi a un comportamento rituale contemporaneo



Rilevazione del fattore "mistero, magia" che si lega alla cultura e alle tradizioni sarde.



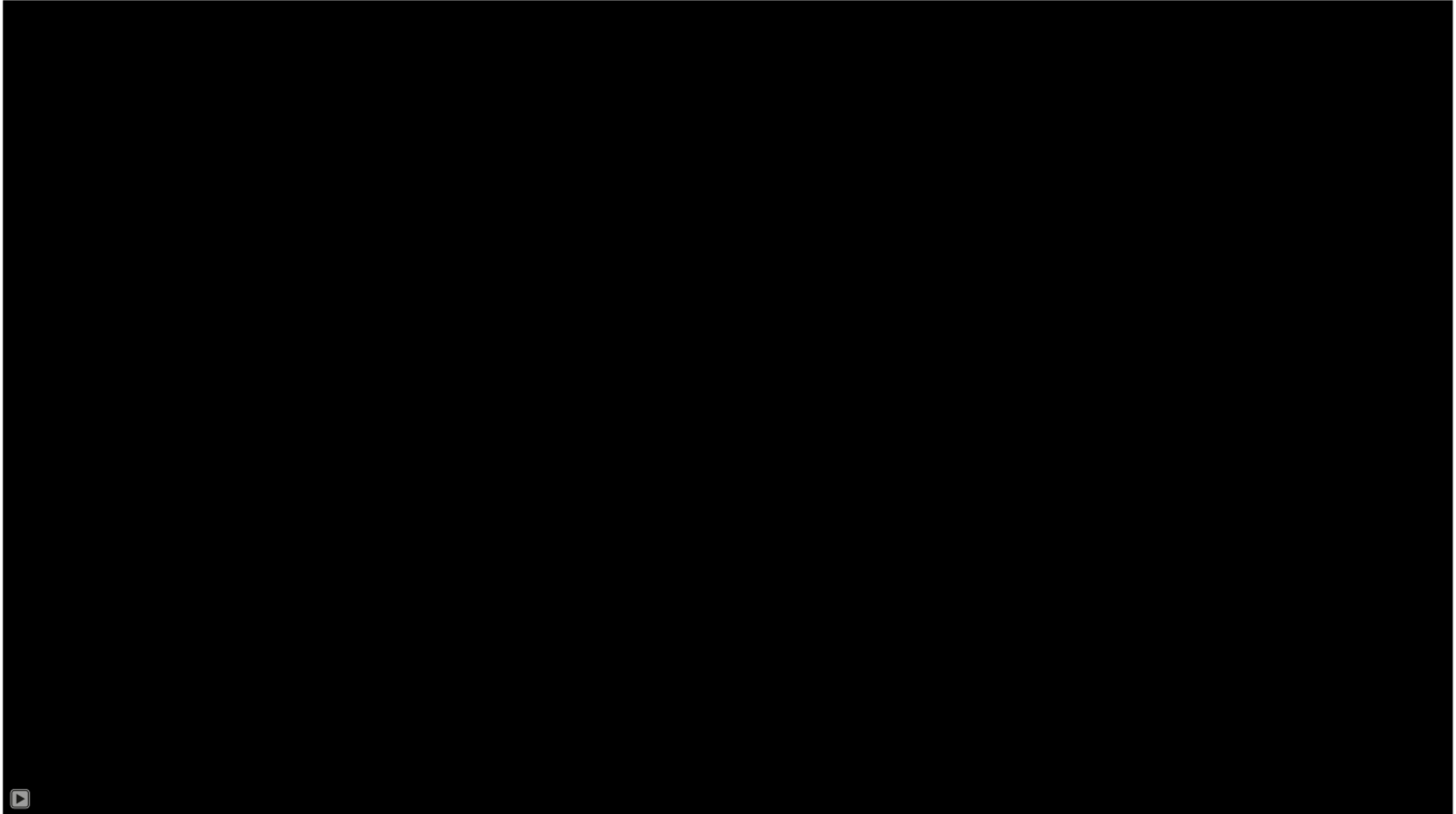
Un mercato in rapida e costante crescita è opportunità economica per l'isola e anche individuale



Raggiungere una dimensione, anche economica, tale che consente di potenziare anche la comunicazione









## DEFINIZIONE OBIETTIVI

Sostenere l'impegno del birrificio per affermarsi innanzitutto sul mercato interno creando una forte immagine istituzionale e di prodotto

Creare una filiera tutta sarda per realizzare un prodotto sardo doc riconoscibile e identitario

Creare un'immagine del brand in linea con la filosofia aziendale (*Guarda oltre, PAY OFF*)

Supportare l'obiettivo commerciale anche sul mercato nazionale

Accreditarsi nel mondo dei media di settore e generalisti a livello locale e nazionale





*Target primario*

Trasversale,  
25-50 anni

Esce il nuovo spot Marduk estate 2020

# GUARDA OLTRE. BEVI SARDEGNA, BEVI MARDUK

L'estate, il mare, il sole, il caldo, il gusto di immergersi nel fresco piacere dell'isola per poi ritrovarsi in una glacette e vivere l'emozione degli intensi profumi dei campi d'orzo mossi dal vento e riscoprirli dentro una buona birra fresca, insieme agli amici.

“Il target è giovane, non affettato, mira alla sostanza più che alla forma, al luogo di produzione come garanzia del prodotto e non si riconosce nella massa che licenzia la novità sulla sola base del marketing. Vuole vedere, imparare, e al contempo suggerire”

“Ricorda il guru della birra Charlie Papazian che è assolutamente essenziale dare una definizione al gruppo per cui si lavora”

“Il birraio mira a un destinatario in cui riconoscersi, a cui proporre la condivisione di un manifesto di pensiero e la creazione di un prodotto culturale. Tale è la birra artigianale”



# MARDUK COMUNICAZIONE

*Target  
secondario*

Marduk parla  
anche agli  
Influencer, ai  
media, alle  
comunità locali





## Piano strategico e Media Activities

Senior ed executive account:

Piano Editoriale

Ideazione e redazione di contenuti

Media Relations

Social Media Strategy

Social Media Content

DEM

Grafica

Co-marketing

PR

Budget

Media Buying off e on line

Social Media ADS

Promozione (Brochure, volantini, roll up, manifesti, eventi, fiere...)



## PROGRAMMA DEL TOUR MARDUK®

Immergiti nel gusto della birra, dei prodotti agricoli e delle carni da allevamento della nostra filiera



### Visita del birrificio Marduk:

- una birra agricola di benvenuto al Marduk brewery
- visita guidata nel nostro birrificio
- descrizione della Filiera agricola Marduk
- descrizione della nostra filosofia e del Brand Marduk
- processo e fasi di produzione nel birrificio, sala di imbottigliamento ed etichettatura delle birre e stoccaggio del prodotto.
- saluti ed avvio presso locale food&beverage ad Orosei.

### Degustazione in locale Sapori di Filiera:

- benvenuti in Sapori di Filiera
- Degustazione di 4 birre agricole Marduk in abbinamento con i prodotti agricoli a base di carne, salumi e formaggi della filiera.

Il costo del beer tour + degustazione è di 35,00 €



Dati di prenotazione del Tour e  
**BUONO SCONTO di 5,00 €**

nome/cognome: \_\_\_\_\_

giorno/data: \_\_\_\_\_

orario di inizio: \_\_\_\_\_

Convalida prenotazione con sconto:

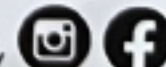
TIMBRO  
STRUTTURA RICETTIVA

N.B. Il cliente in visita ai locali deve essere automunito per il raggiungimento delle nostre sedi oppure organizzarsi per lo spostamento con la propria struttura ricettiva.

Birrificio Marduk - Via G. Marconi 66, 08020 Irgoli (NU) +39 0784 97557 - [www.birrificiomarduk.com](http://www.birrificiomarduk.com)

Sapori di Filiera - Via del Mare 14, 08028 Orosei (NU) +39 389 2482756

SEGUICI SU:  
@mardukbrewery



# TOUR IN FILIERA MARDUK®

Percorso turistico esperienziale guidato  
Sardinia beer&food



## Visita al birrificio agricolo e percorso degustazione in filiera

Passa la tua giornata, unica ed indimenticabile, presso la nostra filiera Marduk!

Potrai far visita al nostro birrificio a Irgoli e degustare piacevolmente una birra di benvenuto, ascoltare e vedere come avviene il processo di produzione delle birre Marduk e chiudere la serata con una degustazione sensoriale di nostri prodotti (food&beverage) presso il locale Marduk Sapori di Filiera ad Orosei.

Prenotazioni obbligatorie: Mauro 328 1688823 - Giuseppe 329 7875626 - Filiera 389 2482756



MARDUK®  
BREWERY  
BIRRIFICIO AGRICOLO DI SARDEGNA

SAPORI®  
di  
FILIERA





## TEMPI

I tempi del birrificio sono stati scanditi dai passi avanti nella capacità produttiva

### I FASE



La loro scommessa parte nel 2007 quando, animati dalla passione per la birra, decidono di mettersi in gioco, iniziando a muovere i primi passi del loro sogno.

Come sede, scelgono i vecchi locali del salumificio di famiglia di Giuseppe: qui iniziano a sperimentare la produzione delle prime birre.

Entrambi sanno che devono perfezionarsi.

E così dopo aver prodotto le prime 200 cotte e svolto vari corsi per perfezionarsi danno forma al progetto.

Giuseppe (tecnologo alimentare) realizza il primo impianto aziendale a 2 tini da 350 litri.

Insieme a Mauro, passano tutti i giorni a saldare e costruire quella macchina che sfornerà 700 litri di birra in 10 ore di lavoro.

### II FASE



Nel frattempo, preparano tutta la struttura del birrificio (con impianti idraulici, elettrici ecc..) dando forma alla prima cotta nel 2013 e alle altre varietà di anno in anno.

### III FASE



Oggi Marduk rappresenta un'eccellenza tutta sarda, dove 6 varietà di birra di fondono con quella autunnale "Harvest" e quella estiva "Session".

Mauro e Giuseppe continuano nel loro sogno, dividendosi tra il lavoro nei campi, dove nascono le materie prime, l'azienda agricola col bestiame e la produzione nello stabilimento.