

TIPOLOGIA DI ATTIVITA' PROMOZIONALE (scegliere almeno 3 delle seguenti prove)

1. brand activities

- 1.1 LOGO ISPO.COM E LINK ISPO.COM NEL WEBSITE AZIENDALE**
- ATTIVITA':** inserimento del logo Ispo generico sulla homepage del sito Internet dell'azienda con link al sito www.ispo.com;
DOVE: il link deve essere inserito nel primo o secondo livello della homepage. Per secondo livello si intende max 1 click sotto il livello principale
PROVA: screenshot + URL attivo della pagina dove è inserito il logo
- 1.2 SOCIAL MEDIA RANGE**
- ATTIVITA':** un articolo su uno dei canali social media aziendali (Facebook, LinkedIn)
OPPORTUNITA': condivisione degli articoli di ispo.com, condivisione di post Facebook/LinkedIn di Ispo
CONTATTI MINIMI: 5.000 persone raggiunte per articolo
PROVA: screenshot dei posts pubblicati con incluso il dato relativo alle persone raggiunte
- 1.3 SOCIAL BUZZ**
- ATTIVITA':** un articolo in uno dei canali social (Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram)
OPPORTUNITA': condivisione degli articoli di ispo.com oppure di articoli della propria azienda, condivisione di post Facebook/LinkedIn di ispo
QUANTITA' MINIME: minimo 5 posts con hashtag #ispo durante la fiera Ispo Munich
PROVA: screenshots dei posts pubblicati
- 1.4 EDITORIAL REPORT**
- ATTIVITA':** un editoriale sulla presenza aziendale online (blog) con link a ispo.com
PROVA: URL attivo e screenshot
- 1.5 NEWSLETTER AZIENDALE**
- ATTIVITA':** integrazione di un articolo di ispo.com nella newsletter aziendale
PROVA: screenshot e fallback-link (URL del link che consente l'apertura della newsletter con il browser)

2. visitor communication activities

- 2.1 LOGO ISPO MUNICH E LINK A ISPO.COM NEL WEBSITE AZIENDALE**
- ATTIVITA':** inserimento logo Ispo Munich (durante il periodo di fiera) e link a ispo.com (prima e dopo la manifestazione)
DOVE: il link deve essere sul primo o secondo livello della homepage. Secondo livello si intende max 1 click sotto il livello principale
QUANDO: almeno 2 settimane prima dell'evento
PROVA: screenshot e URL attivo della pagina dove compare il logo
- 2.2 INVITI AI CLIENTI**
- ATTIVITA':** integrare il logo ISPO MUNICH negli inviti che si mandano ai clienti
QUANDO: prima dell'inizio della fiera
CONDIZIONI: frequenza e outreach secondo la capacità aziendale.
PROVA: scan o screenshot dell'invito. Per le mailing: fallback link (URL dell'invito in modo che si possa aprire con il browser)
- 2.3 PRINT ADVERTISEMENT**
- ATTIVITA':** integrazione dell'Ispo Munich sticker nella pubblicità aziendale
QUANTITA': pubblicazione in almeno 1 edizione dei giornali al trade
PROVA: scan della doppia pagina dove è pubblicato l'advertisement