



Dal grossista all'installatore

La dinamica strategia di comunicazione dell'azienda bresciana si muove su diversi canali per farsi conoscere come marchio, far conoscere le qualità di prodotto e raggiungere il maggior numero di operatori della filiera, grazie a un'ampia diversificazione degli strumenti.

Da oltre cento anni Palazzoli è attiva nel settore dell'energia e ha introdotto numerose innovazioni che sono diventate standard di riferimento per il settore. L'azienda non si concentra solo sulla qualità dei prodotti, ma conduce una interessante strategia comunicativa, rivolgendosi a tutta la filiera del settore elettrico, dal grossista all'installatore, per diffondere il marchio, far conoscere i prodotti, facilitare la diffusione, la corretta installazione e manutenzione e soprattutto per dare i giusti consigli relativamente alla sicurezza, fornendo una informazione essenziale e corretta sulle caratteristiche tecniche dei prodotti e dei servizi Palazzoli. Vediamo quali sono i canali utilizzati.

Cataloghi

Generosa è la produzione di cataloghi, brochure, depliant, pubblicazioni tecniche e listini che, continuamente aggiornati, rappresentano una delle principali fonti di informazione. Progettati e realizzati per rispondere alle necessità di una conoscenza generica o di uno specifico argomento, queste opere sono tutte caratterizzate da uno standard grafico accuratamente studiato.

Book reference

Una caratteristica di primaria importanza per l'impianto elettrico è la durata dei suoi componenti. La selezione dei materiali da installare è, dunque, un importante elemento per la sostenibilità di un impianto. Questo album testimonia la qualità del lavoro svolto da clienti che hanno adottato la soluzione Palazzoli, e guida l'installatore nella corretta scelta del prodotto/materiale, con lo scopo di realizzare un impianto elettrico che nel tempo conservi le caratteristiche fisico meccaniche, come al momento della sua messa in opera.

Palazzoli Academy

Per l'installatore professionista sono prioritarie la rapidità e la sicurezza con la quale si devono realizzare gli impianti elettrici. Palazzoli risponde a questa esigenza nel fornire Guide Pratiche, Libri di Elettrotecnica e Software di progettazione, perché l'installatore lavori nella certezza di soddisfare sempre la sua clientela, anche la più esigente.

Portali

Palazzoli dispone di due siti aggiornati quotidianamente. Cliccando su www.palazzoli.it si trovano tutti i servizi che l'azienda offre, in termini commerciali, di prodotto e servizio. È disponibile un catalogo on line che comprende 5.000 articoli in forma digitale: la navigazione è semplice e il catalogo può essere interamente scaricato.

Si può inoltre accedere all'area multimediale: qui i filmati illustrano in maniera semplice e chiara la gamma, i vantaggi, le prove di resistenza e le performance in ambiente applicativo di alcune serie Palazzoli. Studiati con un taglio dinamico e un linguaggio

didattico - educativo, sono consigliati ad adolescenti e studenti del settore elettrico ed elettronico.

www.topter.it invece è un sito dedicato ad una specifica serie, TopTER, un prodotto brevettato Palazzoli e made in Italy.

Neswletter

Mensilmente, 30.000 iscritti tra Italia e estero ricevono la newsletter Palazzoli personalizzata, con le principali novità, comunicati stampa, promozioni in corso, segnalazione di eventi particolari e informazioni tecniche su prodotti e servizi.

Promozioni

Come parte della strategia, l'azienda incentiva gli utilizzatori finali con promozioni commerciali. Le due promozioni presentate durante l'anno sono la "promozione installazione" e la "promozione manutenzione", che offrono risposte certe e convenienti alle richieste del mercato. Le promozioni sono strutturate in maniera completa: il volantino promozionale, il packaging accattivante, l'espositore porta prodotti e il gadget.

Concorsi

Palazzoli crea iniziative uniche per attività di direct marketing e per concorsi a premio. In palio prodotti originali che catturano l'attenzione dei clienti e che rinforzano l'identità del marchio.

Fiere

L'azienda partecipa attivamente alle fiere di settore, nazionali/internazionali, preoccupandosi ogni volta di lanciare messaggi chiari e ben precisi ai visitatori, legati alla qualità del prodotto, ma soprattutto alla sicurezza d'utilizzo, rilasciando depliant, guide, cataloghi, e creando ogni volta un contatto privilegiato con il proprio target.

Meeting

Annualmente Palazzoli organizza corsi di formazione, rivolti a target diversi quali ingegneri, periti, installatori, banconisti, forza vendite e Vigili del Fuoco. La formazione avviene in maniera tecnica e pratica, dando modo ai partecipanti di confrontarsi su fatti concreti e comportamenti reali.

Le scuole

L'attenzione alla formazione si concretizza nei Kit Scuole pensati per gli installatori elettrici del domani, agevolando il lavoro degli studenti di tutta Italia, che imparano, fin da adolescenti, a cablare apparecchi elettrici.

Professione banconista

Guida pensata appositamente per il banconista, con riassunti chiaramente i fondamenti elettrotecnici e le peculiarità dell'offerta Palazzoli. Si parte dal servizio pre e post vendita, si approfondisce l'offerta nei codici ad alta rotazione e si conclude con dati e tabelle tecniche.

Packaging

I prodotti Palazzoli dopo il collaudo vengono confezionati in robusti imballi che garantiscono il trasporto, all'interno dei quali è contenuto il foglio istruzioni che indica caratteristiche e modalità di impiego. La grafica della confezione è stata ideata per agevolare l'utilizzatore, illustrando il prodotto, le caratteristiche tecniche e i plus fondamentali.

Il punto vendita

Il prodotto è importante, ma il contesto è fondamentale.

I punti vendita arredati da Palazzoli danno un tocco di classe al negozio.

L'allestimento si compone di pannelli in forex e porta-prodotti, dispenser, roll-up, studiati ad hoc, con un metodo improntato alla chiarezza, che si concretizza nella trasparenza della comunicazione, sia ai clienti finali che ai grossisti.

Campagna Stampa

Periodicamente Palazzoli pubblica sulle principali testate di settore messaggi pubblicitari e redazionali tecnici che illustrano le caratteristiche e i plus dei prodotti.

In entrambe le direzioni, viene mantenuta la linea di forte affermazione del brand, con immagini che ne rappresentano i valori e le unicità. ■

