

Eventi

Gentile Cliente

Il sostegno al nostro lavoro ci viene spesso dalle emozioni che proviamo in tutti i momenti della nostra vita. L'emozione del ricordo per l'evento vissuto due anni fa assieme a voi ci ha accompagnato in questi mesi e ci ha motivato ad organizzare per settembre la nuova edizione della Colfert Expo, ancora più ricca ed interessante. Ci auguriamo che possiate cogliere tutto il calore che stiamo impiegando in questo importante progetto. Vi aspet-

tiamo, sicuri della vostra presenza, per poter trascorrere assieme due giorni ricchi di spunti professionali per offrirvi le proposte più qualificate del nostro mercato.

Daniele e Mirco Zanato

COLFERTexpo 2005

9-10 settembre 2005

COLFERTexpo 2005

oltre 50 espositori presenti ad oggi, hanno confermato la loro presenza:

www.colfertexpo.it

		<p>Ogni espositore presenterà una vantaggiosa offerta valida esclusivamente per COLFERTexpo 2005</p>	

ricchi premi a sorteggio e omaggi a tutti i visitatori

LA COMUNICAZIONE EFFICACE

Come rendere realmente utili gli investimenti negli strumenti di comunicazione aziendale



Cosa sarebbe mai il marketing senza la parte emotiva? Nessuno compra un vestito Armani per coprirsi soltanto dal freddo: il vero prodotto che acquista si

chiama "ammirazione degli altri", "fascino", "sentirsi sicuri" ecc.; e quanto l'acquirente è disposto a spendere più del normale, pur di averli!

Senza la parte emotiva il marketing tornerebbe indietro alla pura "strategia di vendita", quando il contesto competitivo era semplice, con i mercati ancora poco affollati e dove bastava quasi "esistere" per "essere considerati".

Oggi la situazione è cambiata, e i più grandi successi di marketing sono proprio quelli che hanno saputo conquistare il "cuore" del consumatore anziché proporsi con la fredda logica.

I grandi marchi hanno saputo costruire un loro mondo di riferimento e di valori emotivi esclusivi che i clienti hanno amato e amano, "comprandoli" attraverso i relativi prodotti.

Che l'emotività fosse così importante non è certo una scoperta, anzi si sapeva già da tempo: quello che invece non si sapeva era "come" trasmettere in modo efficace determinate emozioni, sensazioni, cioè come "gestire" la comunicazione emotiva perché fosse davvero produttiva per la marca.

Accanto a successi eccezionali, che sono riusciti a trovare le "corde emotive" giuste, sono numerosissimi i cosiddetti "flop", ovvero il fallimento di prodotti che, spesso a parità di qualità reale e marketing mix, non sono riusciti a trovare le corde emotive giuste: come il nome, il packaging e i suoi colori/grafica, la campagna pubblicitaria ecc.

Insomma, non è mai stato un percorso "scientifico" arrivare a una strategia di comunicazione emozionale davvero efficace e "sicura". Le aziende necessitano e necessitano di una metodologia in grado di individuare con sicurezza e chiarezza il sistema di comunicazione per ottenere più attrattività e quindi successo.

In particolare cosa occorre sapere chiaramente per comunicare con il massimo risultato? In fondo due cose semplici:

- i concetti emotivi efficaci da comunicare (e il loro legame con il prodotto e l'azienda),
- il "modo" più efficace di comunicare i concetti (ovvero quali colori, quale grafica, linee ecc. sono coerenti con il campo semantico prescelto).

La psicolinguistica sembra aver occupato proprio questo spazio, affiancandosi spesso nella ricerca motivazionale e quantitativa e fornendo un contributo proprio in questa area. Si possono osservare storie di successo dove cambiando il concept, il prodotto ha conosciuto una vera e propria accelerazione di vendite e altri casi dove a fronte di un corretto concetto,

cambiando colori e forme (rendendoli "emotivamente coerenti" al concetto) si sono registrati incrementi di vendita di circa il 40% con uguali investimenti, e accelerazione del ricordo di oltre il 100%.

Questa nuova metodologia ha guadagnato in poco tempo una rapida crescita: in tempi recenti si stima abbia registrato un raddoppio secco di fatturato sul mercato italiano delle ricerche sulla comunicazione.

L'approccio della psicolinguistica è molto pragmatico e orientato al business della aziende, serve infatti per:

- determinare il posizionamento emotivo di un concetto nelle "mappe emozionali",
- individuare il concetto emotivo efficace e l'area di concetti inefficaci e dannosi,
- impostare un sistema efficace di segni comunicazionali.

In estrema sintesi si può dire che siamo di fronte ad uno dei più efficaci metodi



per identificare i corretti elementi della comunicazione e il più corretto modo per comunicarli.

Vogliamo ingrandire la nostra squadra!

Stiamo cercando persone professionalmente capaci e motivate, preferibilmente provenienti dal settore del serramento da inserire nella nostra **rete vendita** a cui affidare le zone di **Padova, Vicenza e Verona**.

Inoltre per il punto vendita di **Treviso** cerchiamo un **commesso**.

La conoscenza e l'uso del computer sono gradite. Età massima richiesta anni 35.

Se sei interessato inviaci una email con il tuo curriculum vitae a curriculum@colfert.it o al nostro fax 0422 498798 all'attenzione della signora Ornella Nicoletto, responsabile del personale.





L'anno di fondazione della Colombo Design SpA è relativamente recente (1990), da quella data la produzione di maniglie e complementi d'arredo, disegnate dai mae-

stri del design internazionale, si è affermata sul mercato di riferimento sino a divenire Leader nel settore.

Eccellenza nella produzione, altamente automatizzata, ricerca continua dei materiali e massima cura nella distribuzione del prodotto, sono le prerogative dell'affermazione di Colombo Design. Nella scelta dei Partner a cui viene affidata la distribuzione e che risolvono le problematiche dell'interlocutore specializzato, Colombo Design agisce quale referente capace di assistere continuamente e soddisfare velocemente le aspettative del mercato.

Colfert ha scelto Colombo Design quale fornitore esclusivo per maniglie e complementi d'arredo, riconoscendo in essa il comune spirito imprenditoriale e il dinamismo nelle scelte quotidiane indispensabili per il raggiungimento degli obiettivi aziendali, attribuendo ai Professionisti che ripongono la propria fiducia un ruolo primario ed essenziale.



MAURO ZUGNO

Agente

Sono 23 anni che collabora come venditore esterno per COLFERT. La sua serietà e il suo credere negli obiettivi dell'azienda hanno nel tempo consolidato un rapporto di grande affiatamento e rispetto. Ha promesso addirittura di usare il computer come tutti i suoi colleghi, ma per il momento ha inserito il figlio nell'ufficio vendite per schivare l'impegno. COLFERT non è il suo unico impegno, da persona dinamica qual è ha saputo crea-

re e perseguire altri obiettivi creando anche una sua azienda a conduzione familiare. Da non dimenticare inoltre il suo celebre passato di calciatore durante il quale può vantare di avere fatto un provino con il Milan.

Portatile: 348 9138858
Fascimile: 0422 498798
Email: maurozugno@virgilio.it



TOCA access light Il tuo dito come una chiave

Chi non sogna di comandare tutto con un semplice tocco?

Tutti noi abbiamo sognato di aprire, chiudere, spegnere con il semplice tocco di un dito!

Con TOCAaccess light i nostri sogni possono realizzarsi; basta appoggiare semplicemente il dito e si può aprire la porta di casa, il portone del garage oppure disattivare l'impianto d'allarme. Una fantastica soluzione per avere sempre "a portata di mano", evitando di perderla!

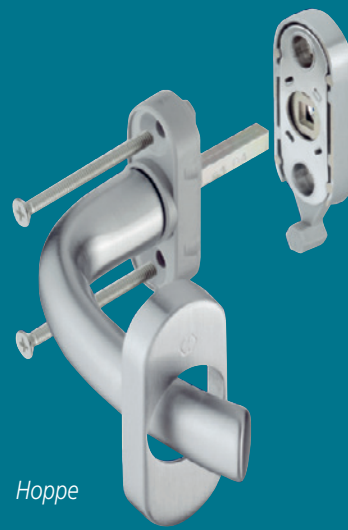


DKZ e KISI I nuovi dispositivi antieffrazione di COLOMBO DESIGN e HOPPE

KISI e DKZ sono i nuovi sistemi ideati da HOPPE e COLOMBO DESIGN che permettono di rendere sicure le Vostre finestre grazie ad una applicazione semplicissima sia su vecchie che su nuove martelline DK. COLFERT ti offre la possibilità di trovarli nelle finiture ottone lucido, cromo satinato e PVD o HPS.



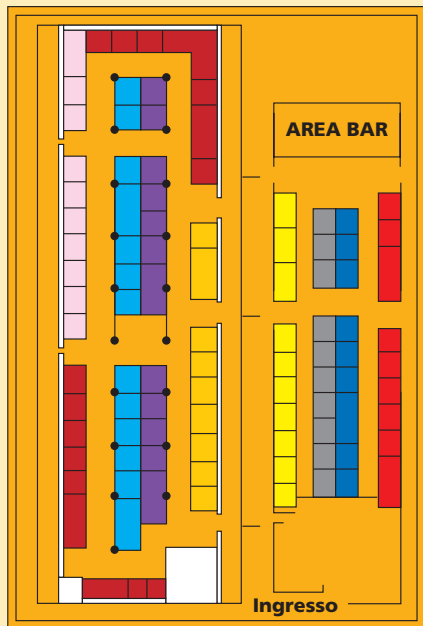
Colombo Design



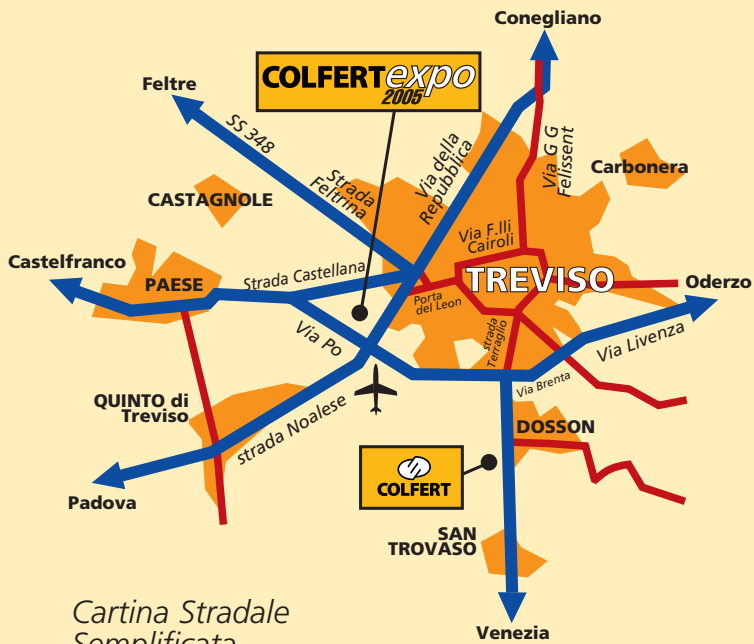
Hoppe

Cartine

3.300 metri quadrati di area espositiva, situata a Treviso Servizi e facilmente raggiungibile;



Cartina dell'area Espositiva



Cartina Stradale Semplificata

Premi ColferExpo



1° Premio Citroën C2



I Principali premi di

COLFERTexpo 2005

2° Premio
TV Color Plasma 42"



3° Premio
Scooter
Agility 50 4T
Kymco

Partecipazione

Scheda di partecipazione da inviare al numero di **fax 0422 498798**

Sì, Parteciperemo a **COLFERTexpo 2005**

Azienda _____

Nome e Cognome _____

Funzione _____

Nome e Cognome _____

Funzione _____

Inviandoci questa scheda compilata al tuo arrivo al ColferExpo riceverai questo esclusivo omaggio

COLFERTexpo 2005

Sponsor ufficiali della manifestazione



CITROËN

AUTONORD srl Concessionaria
Lancenigo di Villorba (TV)



Concessionaria REDA srl
Treviso

