

Tema

Osservi la pubblicità e il marketing di oggi.

Comunicazione

- L'attenzione viene catturata da...
- Il desiderio viene acceso da...
- Il marketing è l'insieme di strategie per pubblicizzare e vendere i prodotti.
- L'immedesimazione è l'identificazione con il personaggio o con la situazione della pubblicità.
- I canali digitali utilizzati per le campagne pubblicitarie sono...
- Il (nostro) target da raggiungere è...

1 PARLARE – La pubblicità

C'è una pubblicità che ami o non ami particolarmente? Perché ti piace o perché non ti piace? Dove trovi le pubblicità? Perché credi che siano importanti? Parlatene a coppie.



2 ASCOLTARE – La formula AIDA

Ascolta il testo e indica se le informazioni sono vere o false.  07

- | | vero | falso |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 1. La formula AIDA regola il funzionamento della contabilità. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Con l'acronimo AIDA si misura se una pubblicità è efficace. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Un personaggio famoso aiuta ad alimentare il DESIDERIO. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. L'AZIONE dovrebbe condurre all'ACQUISTO. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

3 LEGGERE – La formula AIDA: una lezione universitaria

Adesso leggi e verifica se avevi ragione.

La formula AIDA è un modello teorico su come funzionano le pubblicità: si tratta di un acronimo che riassume gli aspetti essenziali per misurarne l'efficacia. La A sta per ATTENZIONE, la I per INTERESSE, la D per DESIDERIO e la seconda A per AZIONE. L'**attenzione** viene catturata fin dall'inizio da colori, personaggi, ambiente, musica, animali. L'**interesse** viene creato dalle informazioni e dagli slogan. Il **desiderio** viene acceso dall'identificazione con la situazione o con il protagonista che spesso è un testimonial famoso. L'**azione** - se la pubblicità è efficace - dovrebbe portare all'acquisto del prodotto o del servizio pubblicizzato. Queste regole sono alla base delle teorie di marketing e valgono sia per un manifesto che per un video o un annuncio pubblicitario.

ATTENZIONE
INTERESSE
DESIDERIO
AZIONE

4 VOCABOLARIO – Il mondo della pubblicità

Inserisci i seguenti vocaboli nelle definizioni corrispondenti.

slogan • logo • testimonial • target • marketing • marca • immedesimazione • lancio •
campagna pubblicitaria

1. Il _____ è il personaggio noto protagonista di una pubblicità.
2. Il _____ è l'introduzione di un nuovo prodotto sul mercato.
3. L' _____ è l'identificazione con il personaggio o con la situazione della pubblicità.
4. Il _____ è il destinatario della pubblicità, il quale dovrebbe comprare il prodotto.
5. La _____ è il marchio registrato del prodotto.
6. Lo _____ è la frase con la quale si pubblicizza il prodotto.
7. La _____ è la serie di azioni per promuovere un prodotto.
8. Il _____ contiene un'immagine e/o delle lettere e costituisce il marchio visivo di una ditta.
9. Il _____ è l'insieme di strategie per pubblicizzare e vendere i prodotti.

Frasi utili per descrivere una pubblicità:

A: L'attenzione del target viene catturata	dal colore intenso dalla musica famosa dal cucciolo o dal bebè al centro della scena dal paesaggio pittoresco dalla scena romantica del tramonto...
I: L'interesse è creato	dal logo conosciuto dallo slogan creativo e di facile comprensione dal gioco di parole dalla rima dalle informazioni chiare ed immediate...
D: Il desiderio viene acceso	dal testimonial che usa il prodotto dall'immedesimazione con il personaggio famoso dall'identificazione con la situazione rappresentata...
A: L'azione si dovrebbe concretizzare	nella ricerca della marca in rete o in un negozio fisico successivamente nell'acquisto del prodotto

5 PROGETTO – Ricerca in rete, analisi e presentazione di una pubblicità efficace

- a. Cerca in internet la pubblicità di un prodotto italiano - per esempio un olio famoso, una marca di pasta celebre, un noto marchio di macchine o di moda - e analizza se è efficace e come segue la formula AIDA. Prendi qualche appunto.
- b. A piccoli gruppi discutete le vostre osservazioni e argomentate perché quelle pubblicità (non) funzionano.
- c. Scegliete in gruppo la pubblicità che vi ha convinti di più, presentatela alla classe e motivate la vostra scelta. Per descrivere la pubblicità potete usare le frasi utili della tabella precedente.

6 LEGGERE – Il marketing digitale

Leggi il testo e rispondi alle domande.

Oggi per un'azienda è impossibile rinunciare al mondo digitale e ad una presenza in rete. È necessario che un sito web aziendale presenti in modo riconoscibile il marchio, i prodotti e l'attività della ditta. La forte concorrenza obbliga a creare siti efficaci per raggiungere un numero maggiore di clienti. Anche le strategie di marketing devono adattarsi: molta parte della pubblicità avviene oggi su canali digitali. Per le campagne pubblicitarie il Social Media Marketing sfrutta i social media e le piattaforme di condivisione di video e fotografie. Anche i blog e i post degli influencer sono canali utilizzati per pubblicizzare i prodotti associati al testimonial famoso. In questo modo la pubblicità è diventata parte consistente della nostra comunicazione digitale quotidiana.

1. A che cosa serve un buon sito web aziendale?
2. Che cosa rende necessaria la creazione di un sito efficace?
3. Quali sono i canali digitali utilizzati per le campagne pubblicitarie?

7 PARLARE – Noi e la pubblicità digitale

Da consumatore/consumatrice, cosa pensi della pubblicità sui canali digitali? Ti interessa essere informato/-a su prodotti che riguardano i tuoi hobby e le tue attività quando usi i social media e consumi contenuti digitali come video o blog? O ti disturba la presenza della pubblicità digitale? Secondo te quali sono i canali più efficaci per un'azienda per promuovere i suoi prodotti? Parlatene a coppie.

8 PROGETTO – Creare una pubblicità

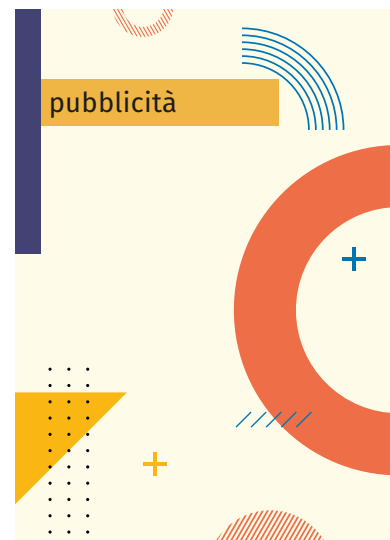
Lavorate nel reparto marketing della vostra Simulimpresa durante la campagna pubblicitaria per il nuovo prodotto. In piccoli gruppi raccogliete le idee sullo slogan possibile, sulla descrizione del prodotto, sul target da raggiungere e sui canali pubblicitari adatti. Insieme create un cartellone pubblicitario con immagini e informazioni rilevanti da presentare alla classe. Usate la fantasia e siate creativi!

9 SCRIVERE – Lanciare un nuovo prodotto

Dopo il confronto nel gruppo e la creazione del cartellone scrivete un articolo per riassumere i risultati e spiegare all'amministrazione della vostra Simulimpresa le idee della campagna pubblicitaria. (circa 200 parole)

Nel vostro articolo:

- presentate il nuovo prodotto
- descrivete il target da raggiungere
- precisate i canali pubblicitari adatti alla promozione



Ricapitoliamo!

Lessico utile – Pubblicità e marketing

catturare l'attenzione	die Aufmerksamkeit auf sich ziehen
creare l'interesse	das Interesse wecken
accendere/alimentare il desiderio	den Wunsch hervorrufen/verstärken
condurre all'acquisto	zum Kauf führen
l'azione si concretizza	die Handlung wird ausgeführt
pubblicizzare/promuovere	(be)werben
la marca	die Marke
l'identificazione (con) (f.)	die Identifikation (mit)
l'immedesimazione (con) (f.)	das Hineinfühlen (in)
il canale digitale	der digitale Kanal
il target	die Zielgruppe
il/la testimonial (m. + f.)	der/die Werbeträger/in, (das „Gesicht“ einer Werbekampagne)
l'influencer (m. +f.)	der/die Influencer/in
il lancio / l'introduzione (f.)	die Einführung, der Start
lanciare	einführen, auf den Markt bringen
lo slogan	der Slogan
di facile comprensione (f.)	leicht verständlich
il manifesto/cartellone pubblicitario	das Werbeplakat
l'annuncio pubblicitario	der Werbespot, die Anzeige
il marchio registrato	die eingetragene Marke, das eingetragene Warenzeichen
il logo / il marchio visivo	das Logo
la presenza in rete	der Internetauftritt
la concorrenza	die Konkurrenz
raggiungere i clienti	die Kunden erreichen
il sito web aziendale	die Firmenhomepage