



Servizi di marketing pratici, economici e immediati

Il sogno di ogni imprenditore è quello di conoscere i nomi di tutti i potenziali clienti nel momento esatto in cui hanno bisogno del prodotto o del servizio che l'azienda vende.

Ma come è possibile sapere i nomi delle persone che a Milano, a Bergamo o a Brescia stanno decidendo l'acquisto di pavimenti, sanitari o serramenti nuovi? Una società lombarda, la Biproget Group srl, ha messo a punto un servizio di rilevazione, elaborazione e comunicazione al punto vendita interessato, dei nomi di tutte le persone che hanno presentato una DIA (Dichiarazione Inizio Attività) o che hanno ricevuto dal Comune un Permesso di Costruzione per un'opera edile in cui verranno utilizzati i prodotti che l'utente del servizio offre. Utopia? No, il servizio è il risultato di un paziente e meticoloso lavoro iniziato 28 anni fa con grande passione da Biproget Group e progressivamente arricchito di contenuti e opportunità interessanti per gli utenti. In che modo la Biproget può fornire al rivenditore di ceramiche, al posatore di pavimenti in legno o allo showroom multimerceologico i nomi dei committenti e dei loro progettisti proprio nel momento "giusto", quando decidono i materiali da acquistare?



I vantaggi del servizio

Il servizio di segnalazione degli interventi edili Vi offre interessanti opportunità di vendita e notevoli vantaggi:

- i nomi e gli interventi comunicati sono selezionati in base al profilo del cliente;
 - la segnalazione avviene proprio nel momento in cui il committente si appresta ad iniziare i lavori e deve scegliere i fornitori;
- i dati del committente e del progettista, forniti dal servizio, permettono di contattarli immediatamente, invitandoli per esempio a visitare lo showroom;
- i venditori lavorano su potenziali clienti che hanno

sicuramente bisogno dei prodotti che l'azienda vende;

- i dati forniti consentono di prendere l'iniziativa e di proporsi sia al committente che al progettista o all'impresa;
- i nomi e gli indirizzi forniti consentono di fare azioni di "direct marketing" molto mirate, con costi contenuti ed un'elevata efficacia.

Nessun altro investimento offre un risultato paragonabile.

Le pagine pubblicitarie sui giornali, o gli spot sulle televisioni locali, richiedono una ripetizione frequente per essere visti dai potenziali clienti nel momento in cui nasce il bisogno del prodotto. Il contatto dipende comunque dal cliente: se non prende l'iniziativa di venire a visitare lo showroom, non sapremo mai che presto avrà bisogno di acquistare delle ceramiche o dei serramenti.

Chi combatte può perdere, chi non combatte ha già perso.