



Assegnati i premi del concorso
 "Acquista un paio di occhiali da
 vista e ...vedi New York"

di

Estratti i vincitori tra più di 10.000 cartoline

"Acquista un paio di occhiali da vista e vedi New York" è il claim che ha caratterizzato il concorso a premi organizzato da C.I.O. - Confederazione Italiana Ottici per i propri Associati.

Si è trattato di un'operazione semplice, intuitiva e d'immediata presa sul cliente, che ha pienamente soddisfatto le aspettative che tutti gli associati avevano posto in essa. Da tempo, infatti, era allo studio da parte della dirigenza

C.I.O. un'azione promozionale che potesse abbinare la parte di incentivazione commerciale con quella di "intrattenimento" e di premio alla fedeltà per i clienti

Prima di passare alla descrizione "tecnica" del regolamento del concorso, è doveroso un approfondimento della strategia di marketing che ha portato alla definizione di questa leva di comunicazione come elemento di novità ma, al tempo stesso, come fattore di continuità nel



posizionamento del marchio C.I.O.

Nella fase di analisi e di progettazione operativa sono stati infatti tenuti in grande considerazione quelli che possiamo definire i "plus" degli associati; la loro storia, la loro professionalità e la loro capacità di fornire risposte in linea con un prestigio riconosciuto e con la clientela selezionata sono stati i parametri fondamentali di selezione sia della tipologia di partecipazione al concorso sia della scelta dei premi.

Anche in questo caso, così come è da sempre nella filosofia di C.I.O., nessun obbligo è stato dato agli associati e nessun costo è stato loro imputato; in più, tutta la gestione tecnico-burocratica e operativa è stata centralizzata presso la sede di Confederazione, che si è occupata di tutte le incombenze, lasciando ai punti vendita solo la parte direttamente collegata al rapporto con il cliente.

Le modalità organizzative e di partecipazione erano molto semplici; si trattava infatti di un concorso a cui potevano partecipare tutti i clienti che, entrando in uno dei negozi associati C.I.O., avessero acquistato un paio di occhiali da vista per una spesa minima di 250,00.

L'associato, al momento del ritiro dell'occhiale

da vista, doveva consegnare al cliente, convalidandola con il proprio timbro, la cartolina-concorso. Il cliente, successivamente, non doveva far altro che compilare la cartolina con i propri dati e spedirla alla casella postale prestampata. Tutte le cartoline pervenute entro i termini hanno potuto partecipare al sorteggio finale che ha fatto vincere un viaggio a New York di 5 gg. per 2 persone e n° 10 lettori Dvd Sony.

Per dare al maggior numero possibile di clienti la possibilità di partecipare al concorso, in fase di progettazione, si è ritenuto opportuno far durare lo stesso il più a lungo possibile; a partire dal 1° maggio 2004 sono, così, state presenti in tutti i negozi associati le cartoline ed i cartelli vetrina di presentazione e quindi, sempre da questa data, ha preso ufficialmente il via l'operazione che è terminata il 28 febbraio 2005. A norma di legge, nel regolamento tecnico che è stato consegnato a tutti i punti vendita e che era anche visibile sul sito ufficiale di Confederazione Italiana Ottici, è stato fissato il 23 marzo 2005 come giorno in cui avrebbe avuto luogo, alla presenza di un funzionario del Ministero delle Finanze, l'estrazione dei premi.



Ad operazione conclusa, risulta evidente il lusinghiero risultato dell'operazione che è andata ben oltre ogni più rosea aspettativa; sono più di 10.000 le cartoline pervenute presso la sede di C.I.O., è sicuramente aumentata la vendita degli occhiali da vista di qualità, sono stati acquisiti molti nuovi clienti ma, soprattutto, è stato pienamente rispettato ed ulteriormente qualificato il parametro più importante di C.I.O.: professionalità e servizio per clienti soddisfatti.

Tutti gli associati, interpellati nella fase di valutazione conclusiva dell'operazione, si sono dichiarati molto soddisfatti del concorso, dell'impatto positivo che lo stesso ha avuto sulla clientela e della semplicità delle modalità di partecipazione.

E' quasi superfluo sottolineare come sia stata grande l'importanza del montepremi, del prestigio che New York evoca e della qualità intrinseca dei prodotti Sony; per parlare della selezione dei premi, tuttavia, non possiamo che partire da quella che, da sempre, è la logica che sottintende tutte le scelte che C.I.O. opera a favore dei propri Associati. Parliamo di ottici importanti, di negozi di prestigio e, conseguentemente, di un target medio-alto di clien-

tela che ama viaggiare, che apprezza i prodotti dal design e dai contenuti innovativi e che pone la qualità della vita al centro delle sue azioni e delle sue scelte.

New York è da sempre il crocevia della modernità, è luogo di incontro e di confronto, è sinonimo di dinamismo e di rinnovata voglia di vivere, è, in sintesi, una città speciale.

Per questo, un gruppo come C.I.O. non poteva prescindere da questo luogo in cui l'innovazione e il prestigio sono elementi di vita quotidiana.

E' in quest'ottica che il nuovo concorso ha assunto tutta la sua ampiezza; è stata un'operazione "importante" per clienti importanti.

Ma in tutto questo non va dimenticato che parte integrante e fondamentale della storia di Confederazione è il suo impegno nella solidarietà e nel sostegno alla ricerca; per questo, anche in questa occasione, la dirigenza C.I.O. ha voluto mantenere fede alla sua tradizione, destinando gli eventuali premi non riscossi in beneficenza a sostegno di Airamo..

E per riqualificare anche questo fondamentale obiettivo di impegno gli ottici associati hanno ricevuto un cartello che ricordava al pubblico il loro impegno a favore di un Ente Onlus che è parte integrante di una scelta di vita più ampia e che, sempre più, trova seguito e sostegno in tutta Italia.

In conclusione non possiamo che ricondurre il concorso descritto nell'alveo delle diverse iniziative, che hanno il compito di coordinare lo sviluppo associativo ed il rafforzamento dello spirito di appartenenza ad un gruppo, coinvolgendo gli associati e, soprattutto, contribuendo alla loro "tranquillità" commerciale.

Il filo conduttore di tutte le scelte che C.I.O., da sempre, opera si pone, infatti, come obiettivo quello di mettere a regime e di coordinare tutti quegli strumenti operativi e informativi che sono in grado di contribuire alla crescita degli associati ma che, al tempo stesso, rispettano lo spirito di massima libertà previsto dallo statuto di Confederazione.

Per informazioni: 800-151699

e-mail: info@confederazioneitalianaottici.com
C.I.O. I migliori Negozi di Ottica in Italia.

