

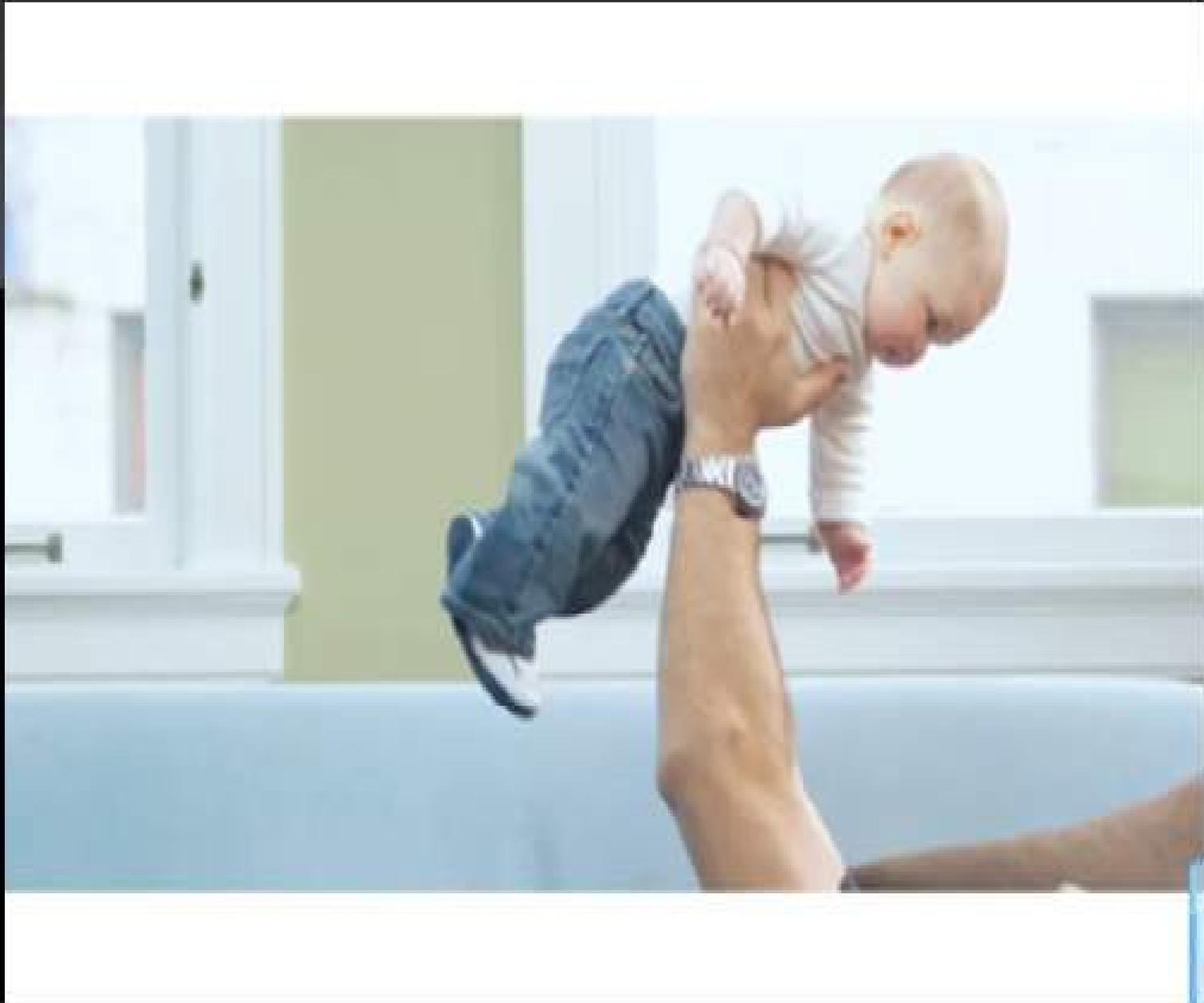


**“L’aiuto concreto” di P&G:  
una risposta tangibile al consumatore che va  
oltre le promozioni**

*Barbara Del Neri*

*Direttore Marketing Procter & Gamble*

*Universita' di Parma, 25 ottobre 2013*





### I punti fermi:

1. Missione
2. Il modello di business

### Le variabili:

3. Contesto esterno
4. La strategia di marketing



# 1. La nostra Missione

---



Fornire prodotti  
e servizi di **marca**  
**di qualità e valore superiore**  
che **migliorino la vita di tutti**  
**i giorni** dei consumatori  
in tutto il mondo,  
oggi e per le generazioni  
future

## 2. Il modello di business P&G



### 3. Il contesto esterno è variato

- **86%** dei consumatori ha rivisto le abitudini di acquisto ed il **54 %** non tornerà più indietro \*
- Dal 2011 e' aumentata la frequenza di visite nel pdv (index 102) ma si è ridotto lo scontrino medio (indice 99)\*\*
- Il **78%** confronta i prezzi prima di scegliere il pdv ma **solo il 27%** sceglie l'insegna in base al prezzo\*\*\*

**Controllo**  
attentamente le  
mie spese

Faccio piu'  
**paragoni**

**Riduco** le  
quantita',  
**non spreco**

**Niente piu' scorte,**  
compro solo quello  
che mi serve

Posticipo o  
**rinuncio**  
**all'acquisto**



\*Nielsen Consumer Confidence Q4 2012

\*\*Nielsen Household Panel

\*\*\*Nielsen Retail Watch 2013

## 4. La strategia marketing P&G



# Fiducia = Il lancio di P&G

L'azienda dietro i brands  
per dare più **FIDUCIA** al consumatore  
in un momento di difficoltà



Da oltre 175 anni, un aiuto concreto ogni giorno per migliorare la qualità della vita.

# Fiducia = Il lancio di P&G

---



In occasione dei Giochi Olimpici di Londra

abbiamo creato **un legame EMOTIVO** Con il nostro target

**attraverso la campagna**

**"Grazie di cuore, mamma"**

# Campagna “.razie di cuore mamma”

---



# Risultati del lancio multimediale di P&G



- Raggiunto il **98%** della popolazione italiana
- **687.000.000** impressions tramite il piano PR
- **1.165.000.000** contatti tra on line and off- line
- **300.000.000** contatti attraverso Facebook (110.000 fans)
- **2.200.000** visualizzazioni su Youtube
- Piano digitale premiato con **3 awards**



# Creazione di VALORE per il consumatore



## **Le campagne P&G:**

- ✓ “Valori di sempre”
- ✓ “Un aiuto concreto”

# La campagna “Valori di sempre”

- Qualità dei prodotti P&G che entra nelle case italiane da generazioni
- Meccanica promozionale semplice e immediata

La qualità P&G che supera la prova del tempo...  
...non è mai stata così **SCONTATA!**



**30€ spesi = 30€ regalati\***

**Valori DI SEMPRE**  
DAL P&G 1837

\*30% in buoni sconto sui prodotti P&G. Operazione valida dal 27/12/2012 al 30/6/2013. Per informazioni complete al numero 800 96 56 00 o su [www.rebra.it/empire2](http://www.rebra.it/empire2)



\*Valido solo sui prodotti per la cura del corpo maschile, femminile e per la cura dei capelli.



# L'aiuto concreto di P&G

---



## Un programma di lungo termine che

- porta in vita **tutte le attività di valore di P&G in un unico concetto**
- dà un **aiuto tangibile al consumatore ogni giorno** utilizzando le diverse leve del marketing mix

# L'aiuto concreto di P&G

INNOVAZIONI



ATTIVITA' DI 'VALUE'



CRM



UN AIUTO CONCRETO OGNI GIORNO

P&G

# Innovazioni

## Comunicazione dei benefici in modo semplice e concreto



**Oral-B**

#1

LA MARCA DI SPAZZOLINI PIÙ USATA DAI DENTISTI



**3 IN 1**

**VIKAL**

LAGRIMO LAMPOSO



Nuovo Ammorbidisce e Confeziona

**40% più economico**

per lavaggio rispetto a Lenor diluito da 3L\*

**3 L**

**Lenor**

Parlane il gusto.



**DURACELL Ultra Power. 1 batteria = 2 vite**

con PowerTech™

DURACELL ULTRA POWER

GRAZIE AL POWERTECH™ PUOI CONTROLLARE QUANTA ENERGIA È ANCORA PRESENTE NELLA TUA BATTERIA, COSÌ LA PUOI UTILIZZARE IN UN ALTRO DISPOSITIVO



**PANTENE** PRO-V

CAPILLI CON VIBRANTE SITO CHE RILASCIANO

Ripara fino al **99%** dei danni\*

MOUSSE IDRATAZIONE INTENSA CON PRO-V™

**PRO-V**

**P&G**

UN AIUTO CONCRETO OGNI GIORNO

**P&G**

# L'aiuto concreto di P&G

INNOVAZIONI



CRM



UN AIUTO CONCRETO OGNI GIORNO  
P&G

# P&G e Eni – approccio “valoriale” alla promozione

**UN AIUTO CONCRETO OGNI GIORNO**

**P&G**

**PREMIO SICURO**  
**40€**  
SPESI IN PRODOTTI

**10€**  
DI CARBURANTE OMAGGIO  
IN PUNTI **you.eni**

**enì**

**Dash** **Lenor** **ICE** **CRUSH** **Green** **VIAVI** **FAIRY** **dash** **Gillette** **PANTENE** **Oral-B** **AZ** **Venus** **EMBRACIA** **BRAUN**

Acquista 40 Euro di prodotti P&G, con un solo pagamento, presso i Concessionari, i Negozi di Via Po 40 - 00142 Roma. Riceverai il buono di consumo per il premio in punti Eni. Se non hai ancora il conto Eni, richiedi subito una carta prepagata Eni e la tua vincita sarà in contante. Il premio sarà valido fino al 31/12/2013. Spese di attivazione e gestione del conto Eni sono a carico del cliente. Per maggiori informazioni vai su [www.you.eni.it](http://www.you.eni.it) o chiama il numero verde 800 00 00 00. Per il regolamento vai su [www.you.eni.it](http://www.you.eni.it) o chiama il numero verde 800 00 00 00. Per il regolamento vai su [www.you.eni.it](http://www.you.eni.it) o chiama il numero verde 800 00 00 00. Per il regolamento vai su [www.you.eni.it](http://www.you.eni.it) o chiama il numero verde 800 00 00 00.

**UN AIUTO CONCRETO OGNI GIORNO**

**P&G**

# TV copy



UN AIUTO  
CONCRETO  
OGNI GIORNO

P&G

# L'aiuto concreto di P&G

INNOVAZIONI

ATTIVITA' DI 'VALUE'

CRM

**NUOVO Lenor Ammorbidente Concentrato**  
C'è una fragranza LENOR per ogni tua situazione.

UN AIUTO CONCRETO OGNI GIORNO

**P&G**

**40€**  
**10€**

**4,61€**

**Dashish**

**Desideri magazine**

**Victoria**

**Intervista ANGELA FINOCCHIARO**

**Questa sera CENIAMO DA ME**

**P&G**

UN AIUTO CONCRETO OGNI GIORNO

**P&G**

# Victoria, il primo programma di comunicazione dedicato alle donne 50+



Victoria esiste per far risplendere l'orgoglio delle donne over-50.

- Crea una **nuova e intima relazione** per meglio intercettare i loro bisogni, aspirazioni e per **valorizzare la loro esperienza** attraverso la rivista, il web, attività nei punti vendita.
- Offre **vantaggi esclusivi** (eventi, campioni, raccolta punti) per aiutarle nella vita di tutti i giorni



UN AIUTO  
CONCRETO  
OGNI GIORNO  
P&G

# I risultati della strategia

- % marchi P&G che crescono la presenza nelle famiglie/case : **+19ppts** rispetto a Dic '12
- Indici positivi di family Penetration negli ultimi 3 mesi sui marchi principali: **Dash, Duracell , Oral B, Pantene**
- Promozione Valori di sempre : il **doppio dei partecipanti** rispetto al passato
- Victoria 50+ CRM :
  - aumento degli acquisti (*in Household Panel*) rispetto al panel di controllo;
  - Indicatori di apprezzamento del programma CRM > ai valori di riferimento del database P&G



\*(indice rispetto all'anno precedente)

---

- \_\_\_\_\_ come base per l'idea

- **n'idea** \_\_\_\_\_

- \_\_\_\_\_

- \_\_\_\_\_

- \_\_\_\_\_

UN AIUTO  
**CONCRETO**  
OGNI GIORNO

P&G

Thank you

