


ANALISI DEI LETTORI 2004 della rivista tedesca markt in grün

Trasparenza e attualità

... sono due fattori fondamentali per una pianificazione pubblicitaria di successo. Proprio in tempi di budget sempre più ristretti è molto importante scegliere in modo mirato il mezzo pubblicitario che ha la maggiore vicinanza al target d'interesse. Per individuarlo è essenziale disporre di dati aggiornati relativi ai lettori della rivista. "Chi legge markt in grün?" e "Come viene valutata dai suoi lettori?" Questi sono i quesiti più rilevanti che decidono sul posizionamento nel mercato.

Le risposte a queste e ad altre domande si trovano nella brochure "Leser-Struktur-Analyse 2004 markt in grün" (analisi dei lettori). Di seguito abbiamo il piacere di fornirLe alcuni dei suddetti quesiti tradotti in italiano, tuttavia Lei può richiedere gratuitamente l'analisi completa (in tedesco) presso la ns. Rappresentanza in Italia KonText Comunicazione, tel. 059/75 20 132.

Le auguriamo una pianificazione pubblicitaria di successo e, nell'attesa di una futura collaborazione, Le porgiamo cordiali saluti.



Elke Tonn
Ufficio pubblicità
Verlag Siegfried Rohn



Annette Piepenburg
KonText Comunicazione
Rappresentanza generale in Italia

Canale distributivo principale

"A quale settore economico appartiene la Sua azienda?" (indicare il canale principale)

Forma aziendale	%	per esempio
Garden collegato ad un centro bricolage/GDS	41,5	Obi, Marktkauf, toom, Bauhaus, Hagebau, Extra, Knauber, Globus, Hellweg
Garden e rivendita al dettaglio	35,0	Dehner, Dinger, Pflanzen-Kölle, Seebauer, Röttger, Feustel, Schley, Blumen-Risse
Agraria	5,2	Baywa, Raiffeisen
Piccola rivendita specializzata al dettaglio e commercio all'ingrosso, cooperazioni	2,2	Blumen Weber, Samen Schmitz, SagaFlor, Zeus, Egesa
Vendita per corrispondenza, commercio on-line	1,1	Pötschke, Obi@Otto
Altri	15,2	scuole specializzate, agenti di commercio, prestatori di servizi, associazioni, produttori

Base: 100% dei lettori di markt in grün

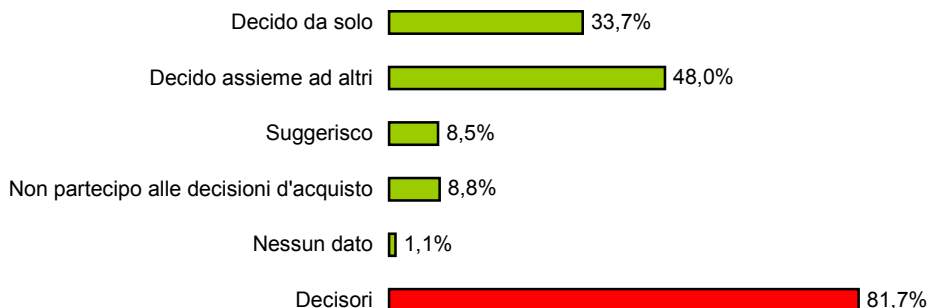
markt in grün

- il numero uno nella combinazione "Gartencenter" e "Gartenmarkt" - con markt in grün verso le grande superfici! Se Lei in qualità di fornitore desidera raggiungere i canali di distribuzione moderni, markt in grün è il Suo partner giusto! La nostra rivista offre in questa combinazione la copertura di target più alta tra tutte le riviste di settore comparabili.*

* Fonte: mediakit 2004

Competenza decisionale negli acquisti

“Come partecipa Lei alle decisioni d’acquisto?”

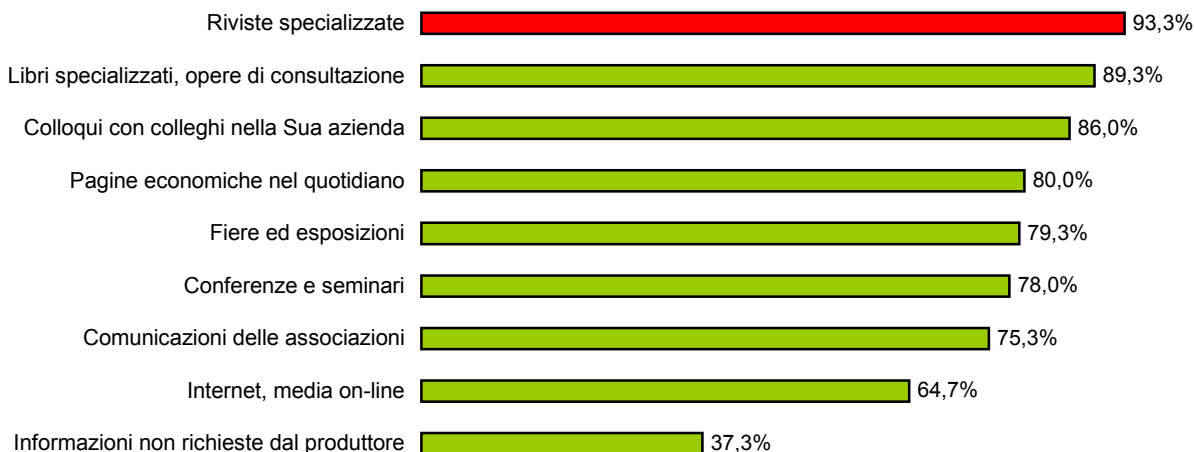


Base: 100% die lettori di markt in grün

Lei può essere certo che il Suo messaggio pubblicitario su **markt in grün** raggiunge i decisori professionali del settore verde: l’81,7% dei nostri lettori prende autonomamente o in team decisioni relativi agli acquisti, l’8,5% inoltre partecipa suggerendo gli acquisti.

Credibilità delle fonti d’informazione

“Oltre alle riviste specializzate esistono altre fonti d’informazione. Quale fonte d’informazione Lei ritiene particolarmente attendibile?”



Base: abbonati/risposte multiple

Le riviste specializzate detengono un ottimo risultato relativamente all’utilizzo ed alla credibilità delle fonti d’informazione. Anche gli abbonati di **markt in grün** hanno grande fiducia nelle riviste specializzate, nelle preferenze dei lettori esse sono di gran lunga davanti alle pagine economiche dei quotidiani, alle comunicazioni delle associazioni ed ai mailing dei produttori.

La grande credibilità delle riviste specializzate in combinazione con le probabilità di contatto per pagina (vedi brochure “*Leser-Struktur-Analyse 2004 markt in grün*”) fa di **markt in grün** un ideale mezzo di pubblicità per la Sua comunicazione aziendale verso il settore verde in Germania.

Rappresentanza generale in Italia:

KonText Comunicazione, Annette Piepenburg, Via Posterla 6, 41058 Vignola - MO,
Tel.: 0 59/7 52 01 32, Fax: 0 59/7 70 36 17, E-Mail: kontext@katamail.com

