

## TIPOLOGIA DI ATTIVITA' PROMOZIONALE (scegliere almeno 3 delle seguenti prove)

### 1. brand activities

#### 1.1 LOGO ISPO.COM E LINK ISPO.COM NEL WEBSITE AZIENDALE

**ATTIVITA'**: inserimento del logo Ispo generico sulla homepage del sito Internet dell'azienda con link al sito [www.ispo.com](http://www.ispo.com);  
**DOVE**: il link deve essere inserito nel primo o secondo livello della homepage. Per secondo livello si intende max 1 click sotto il livello principale  
**PROVA**: screenshot + URL attivo della pagina dove è inserito il logo

#### 1.2 SOCIAL MEDIA RANGE

**ATTIVITA'**: un articolo su uno dei canali social media aziendali (Facebook, LinkedIn)  
**OPPORTUNITA'**: condivisione degli articoli di [ispo.com](http://ispo.com), condivisione di post Facebook/LinkedIn di Ispo  
**CONTATTI MINIMI**: 5.000 persone raggiunte per articolo  
**PROVA**: screenshot dei posts pubblicati con incluso il dato relativo alle persone raggiunte

#### 1.3 SOCIAL BUZZ

**ATTIVITA'**: un articolo in uno dei canali social (Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram)  
**OPPORTUNITA'**: condivisione degli articoli di [ispo.com](http://ispo.com) oppure di articoli della propria azienda, condivisione di post Facebook/LinkedIn di ispo  
**QUANTITA' MINIME**: minimo 5 posts con hashtag #ispo durante la fiera Ispo Munich  
**PROVA**: screenshots dei posts pubblicati

#### 1.4 EDITORIAL REPORT

**ATTIVITA'**: un editoriale sulla presenza aziendale online (blog) con link a [ispo.com](http://ispo.com)  
**PROVA**: URL attivo e screenshot

#### 1.5 NEWSLETTER AZIENDALE

**ATTIVITA'**: integrazione di un articolo di [ispo.com](http://ispo.com) nella newsletter aziendale  
**PROVA**: screenshot e fallback-link (URL del link che consente l'apertura della newsletter con il browser)

### 2. visitor communication activities

#### 2.1 LOGO ISPO MUNICH E LINK A ISPO.COM NEL WEBSITE AZIENDALE

**ATTIVITA'**: inserimento logo Ispo Munich (durante il periodo di fiera) e link a [ispo.com](http://ispo.com) (prima e dopo la manifestazione)  
**DOVE**: il link deve essere sul primo o secondo livello della homepage. Secondo livello si intende max 1 click sotto il livello principale  
**QUANDO**: almeno 2 settimane prima dell'evento  
**PROVA**: screenshot e URL attivo della pagina dove compare il logo

#### 2.2 INVITI AI CLIENTI

**ATTIVITA'**: integrare il logo ISPO MUNICH negli inviti che si mandano ai clienti  
**QUANDO**: prima dell'inizio della fiera  
**CONDIZIONI**: frequenza e outreach secondo la capacità aziendale.  
**PROVA**: scan o screenshot dell'invito. Per le mailing: fallback link (URL dell'invito in modo che si possa aprire con il browser)

#### 2.3 PRINT ADVERTISEMENT

**ATTIVITA'**: integrazione dell'Ispo Munich sticker nella pubblicità aziendale  
**QUANTITA'**: pubblicazione in almeno 1 edizione dei giornali al trade  
**PROVA**: scan della doppia pagina dove è pubblicato l'advertisement