ALCUNI DATI SPONTEX

<u>FATTURATO</u>	<u>1978</u>	<u>1982</u>	<u>1984</u>	<u>1985</u>	...	<u>2015</u>
Lire (<i>miliardi</i>)	4,8	15,0	17,0	20,0		
€ (<i>milioni</i>)	2,5	7,8	8,8	10,3		34,7

INCIDENZA MERCEOLOGICA SU FATTURATO

Pannispugna	65%	61%
Abrasivi	1%	5%

INCIDENZA MERCEOLOGICA SU MARGINE DI CONTRIBUZIONE

Pannispugna	71%	60%
-------------	-----	-----

QUOTE DI MERCATO

Pannispugna commercializzati da Spontex - Totale (1)	40% (2)	43% (2)	47% (3)
di cui marca Spontex	0%	30%	
Abrasivi	2%	6%	
Spugne	10%	26%	

DISTRIBUZIONE TOTALE (numerica/ponderata)

Pannispugna (1)	15/40	30/60	33/64
-----------------	-------	-------	-------

CONOSCENZA / RICORDO MARCA

					<i>(di cui età tra 20-30 anni)</i>
Spontex	0%	31%	47%	63%	76%
Vileda		71%		92%	95%
Wettex		20%		15%	

RICORDO PUBBLICITA' TRA LE CONSUMATRICI

		1985	
	TRA TUTTE LE CONSUMATRICI	Spontanea	Guidata
Spontex		28%	55%
Vileda		44%	76%
	SOLO TRA CHI CONOSCE SPONTEX	44%	87%

(1) dati Nielsen

(2) in valore

(3) in quantità

TIPOLOGIA ATTIVITÀ PROMOZIONALI – P.R. EFFETTUATE DA SPONTEX

1979 – 1987

FIERE

- COSMOPROF Bologna

ANIMAZIONE CONVEGNI NAZIONALI FORZA VENDITE

- CONCERTO ORGANO IN CHIESA BAROCCA
- SPETTACOLO PRESTIDIGITAZIONE CON L'ASSISTENZA DI MISS CALIFORNIA
- SPETTACOLO CON BALLERINE DI "DRIVE IN"

TRADE

- SCONTI/CONTRIBUTI SU: Incrementi Fatturato Valore e Quantità, Inserimento Nuovi prodotti, Ampliamento mix Assortimento
- DODICESIME (per ogni cartone contenente 12 pezzi di prodotto, il 12° è gratis)
- SPAZI TESTATE DI GONDOLA / AVANCASSE
- EVIDENZIATORI / FRECCHE SUGLI SCAFFALI
- FACING SUI LINEARI
- FLOOR STAND
- ESPOSITORI PRODOTTI
- PROMOTRICI NEI C&C, GD, IPER
- VIAGGI INCENTIVE PERSONALIZZATI
- CONCORSI
- PREMI IN MONETE D'ORO, LINGOTTI D'ARGENTO
- OMAGGI COERENTI CON TIPOLOGIA PRODOTTI NUOVI O IN PROMOZIONE (es. Teli Spugna, Orologi Swatch)
- OMAGGIO ASSORTIMENTO NUOVI PRODOTTI PER LE MOGLI DEI BUYERS (Convincere su qualità)
- RIUNIONI CON VENDITORI GROSSISTI e ASSEGNAZIONE PREMI SU ACQUISIZIONE NUOVI CLIENTI, CURA RIASSORTIMENTI.
- INCENTIVI SUI TRANSFER ORDERS
- INVIO DI NOTIZIARIO AZIENDALE
- SCONTI SU ORDINI TELEFONICI DA SEDE

VENDITORI

- PREMI PER RAGGIUNGIMENTO OBIETTIVI Q., V., INSERIMENTO N.P., MIX ASSORTIMENTI, TIPOLOGIE P.D.V., STRUTTURATI SU:
 - Migliore Venditore Per Area, Migliore Equipe Per Area, Migliore Equipe a Livello Nazionale
 - Ratio Ordini/ Visite
 - Ampliamento Assortimento
- PREMI SU:
 - Incremento Transfer Orders

- Incremento Contratti Annuali
- PREMI IN DENARO, MONETE D'ORO, ACQUISTI PRODOTTI SU CATALOGHI SPECIALIZZATI, VIAGGI INCENTIVE
- ATTIVITA' DI MERCHANDISING
- SUPPORTO CONTATTI TELEFONICI CLIENTI DA SEDE
- DOTAZIONE DI UN "TELECOMANDO" PER TRASMISSIONE ORDINI IN SEDE

CONSUMATRICI

- CUT- PRICE
- 3 X 2
- ABBINAMENTO PRODOTTI
- GIFT IN PACK (Spugne compresse, Termometri digitali a contatto, Gomme sagomate...)
- PARTECIPAZIONE A CONCORSI TRAMITE RACCOLTA TAGLIANDI CONTROLLO : Servizi Piatti Fiorucci, Cucina completa Berloni, ...
- OPERAZIONI DI CO – MARKETING (Lever, Stanhome, W.D)
- SELF – LIQUIDATING (Pentole Moneta,....)
- ATTIVAZIONE DI 1 PANEL DI CONSUMATRICI (120 – 150) CUI FAR PROVARE NS. PRODOTTI CON PICCOLO OMAGGIO A FINE ANNO