



MANIFESTO DELLA PUBBLICITA' LOW-COST

La pubblicità low-cost realizza campagne pubblicitarie a prezzi notevolmente inferiori rispetto a quelli di mercato. La pubblicità low-cost nasce dall'esigenza da parte dei clienti di avere campagne pubblicitarie a prezzi più bassi rispetto a quelli applicati dalle grandi agenzie di comunicazione pur mantenendo un alto standard di professionalità e di qualità. Questo è reso possibile tagliando tutti i costi superflui e non strettamente necessari.

La pubblicità low-cost sfrutta e si avvantaggia delle ultime e più moderne tecnologie per eliminare tutte le spese inutili che non hanno ragione d'essere. Nell'ottica di risparmiare il più possibile la pubblicità low-cost abbraccia il movimento del software open source che ha ormai raggiunto una maturità tale da garantire a chi lo utilizza soluzioni affidabili e all'avanguardia.

La pubblicità low-cost produce campagne pubblicitarie sviluppate sugli input e sulle reali esigenze dei clienti. Non esistono soluzioni preconfezionate che possano andare bene a tutti. Ogni campagna pubblicitaria viene declinata su concetti e idee rispondenti al brief scritto dal cliente. La pubblicità low-cost deve essere quindi una risposta concreta alle necessità dei clienti.

La pubblicità low-cost realizza campagne pubblicitarie che si basano su idee di facile realizzazione e di grande impatto. Idee semplici e funzionali che devono poter essere realizzate in poco tempo e con budget limitati. Svincolati da logiche che ingabbiano la fantasia e rendono sterile qualsiasi approccio originale la pubblicità low-cost è quindi libera di trovare e proporre soluzioni creative inusuali ed efficaci.

La pubblicità low-cost propone ai propri clienti una ed una sola campagna pubblicitaria. Dall'esigenza non solo di economizzare il lavoro svolto ma di focalizzare tutte le proprie energie sulla campagna pubblicitaria che verrà prodotta e non su una moltitudine di proposte che non vedranno mai la luce la pubblicità low-cost svolge un'attenta ed oculata selezione delle idee per offrire ai propri clienti una seria strategia pubblicitaria di lungo periodo.

La pubblicità low-cost non prevede sedi fisiche dove ricevere i propri clienti. Tutte le riunioni tra clienti ed agenzia avvengono su internet tramite videoconferenza. Lo scambio esaustivo di informazioni che è ormai possibile attraverso piattaforme software non richiede più lunghe ed estenuanti riunioni di cui nessuno sente più la necessità. Nel caso in cui il cliente preferisca comunque un incontro puramente conoscitivo questo può avvenire all'interno di un bar della città in cui l'agenzia opera.

La pubblicità low-cost si avvale delle opportunità che il web offre facendolo diventare il principale strumento su cui ruota tutta la propria attività. I rapporti tra le varie figure professionali vengono gestiti tramite software specifici che favoriscono l'interoperatività tra le persone tagliando non solo i costi ma anche i tempi di produzione. Eliminate tutte le inefficienze e le inadeguatezze la pubblicità low-cost può così dedicarsi con profitto a quel che meglio sa fare: produrre campagne pubblicitarie.