

MARKETING

Sei ad una festa e vedi una gran figa. Ti avvicini e le dici: "io scopo da dio". Questo è marketing diretto.

Sei ad una festa con degli amici e vedi una gran figa. Uno dei tuoi amici le s'avvicina e dice: "quello li scopa da dio". Questa è pubblicità.

Sei ad una festa e vedi una gran figa. Le chiedi il numero di cellulare; il giorno dopo la chiami e dici: "io scopo da dio". Questo è tele-marketing.

Sei ad una festa e vedi una gran figa; la conosci. Ti avvicini, le rinfreschi la memoria e dici: "ti ricordi di quanto io scopi da dio?". Questo è customer relationship management.

Sei ad una festa e vedi una gran figa; ti alzi, ti sistemi i vestiti, ti avvicini, le versi da bere, e le dici quanto buono sia il suo profumo, ammiri i suoi vestiti, le offri una sigaretta e dici: "io scopo da dio". Questo è relazioni pubbliche.

Sei ad una festa e vedi una gran figa. Ti avvicini e le dici: "io scopo da dio" ed in più le mostri il pacco dal vivo. Questo è merchandising.

Sei ad una festa e vedi una gran figa. Lei si avvicina e ti dice: "ho sentito che scopi da dio". Questo è branding.

Sei ad una festa e vedi una gran figa. Ti avvicini, le palpi il culo e le tette e le dici: "io scopo da dio". Questo è un test di mercato.

Sei ad una festa e vedi una gran figa. Ti avvicini e le dici: "io scopo da dio e resisto tutta la notte". Questa è pubblicità ingannevole.