



Linee guida per i Consulenti di vendita

Ultimo aggiornamento: 03/12/2020



Introduzione

Una partnership deve essere vantaggiosa per tutti. Queste linee guida sono state create per consentire sia a SumUp che ai consulenti di raggiungere i propri obiettivi nell'ambito di questa collaborazione.

Più specificamente, questa guida illustra gli standard di marketing online per i Consulenti SumUp. Si divide in 4 parti: pubblicità sulle reti di ricerca, pubblicità sulle piattaforme dei social media, pubblicità sulla Rete Display di Google, oltre a ulteriori linee guida (sito web; prezzi). In ogni sezione vengono fornite indicazioni dettagliate.

Sommario

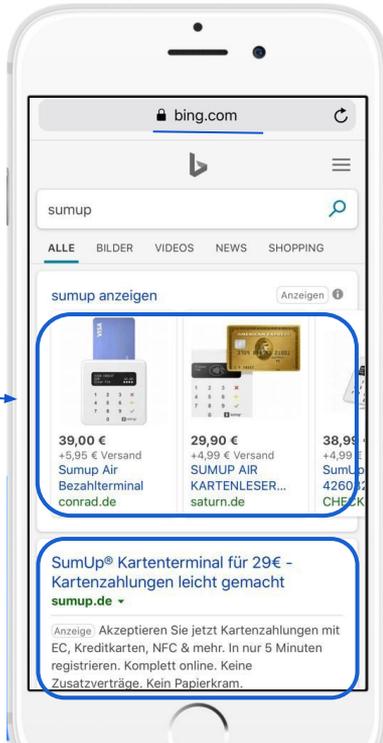
- ❖ [Pubblicità sulle reti di ricerca](#)
- ❖ [Pubblicità sulle piattaforme dei social media](#)
- ❖ [Pubblicità sulla Rete Display di Google](#)
- ❖ Altro
 - [URL e design del sito web](#)
 - [Costi](#)

1. Pubblicità sulle reti di ricerca

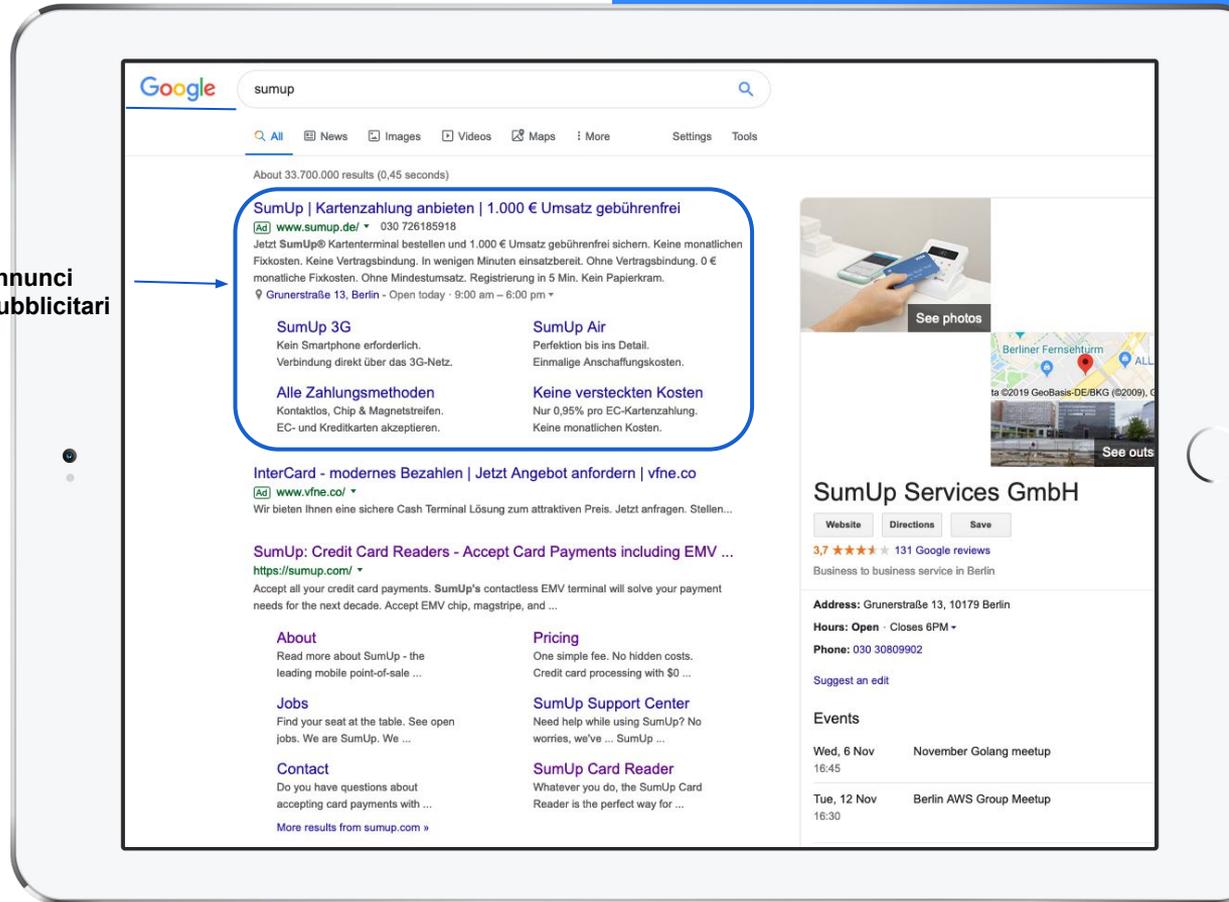
compresi tutti i motori di ricerca come Google, Bing, Yahoo ed Ecosia. Le regole valgono sia per le campagne di ricerca* che per le campagne di acquisto*.

Annunci sulla reti di ricerca

annunci di ricerca



annunci pubblicitari



Sezione 1.1 - Le reti di ricerca

compresi tutti i motori di ricerca come Google, Bing, Yahoo ed Ecosia



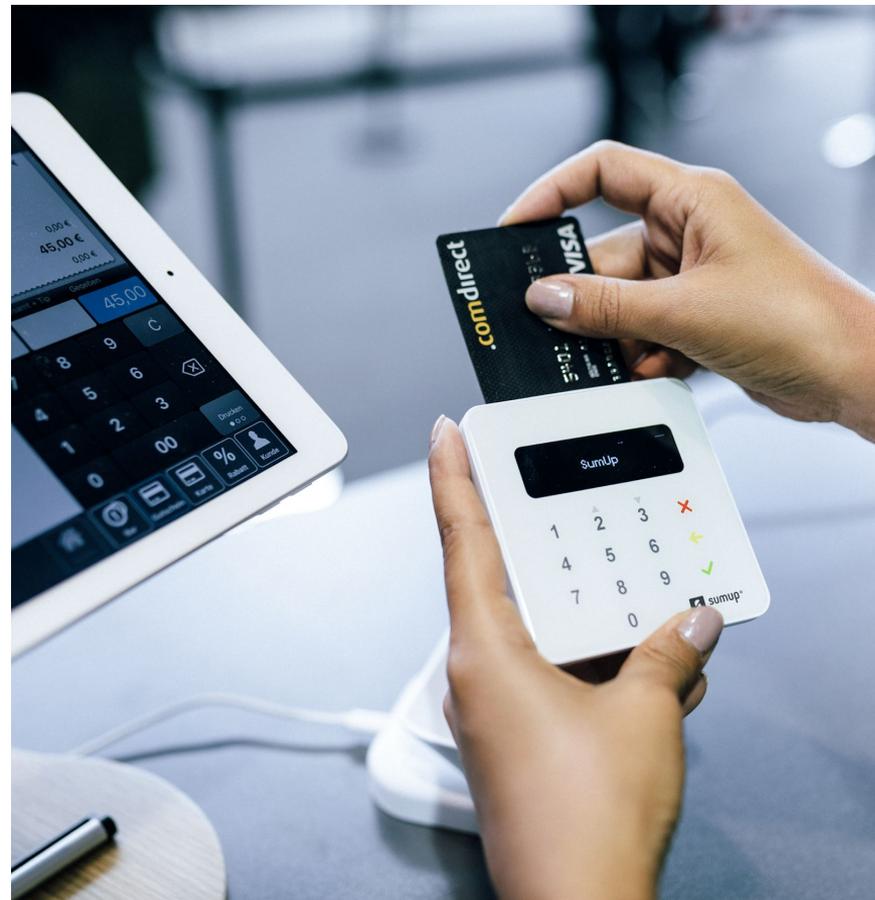
OBIETTIVO

Evitare la concorrenza e le inefficienze nelle aste di acquisto per le audience nella parte inferiore del "funnel". Comunicare un'immagine coerente e chiara del marchio su tutti i canali per non confondere i clienti con varie offerte.



IMPLICAZIONI

- 1 I Consulenti di vendita non devono fare offerte per alcun marchio SumUp, versioni del marchio scritte in maniera non corretta e parole chiave associate a esso. Esempi: "sumup", "samup", "sum up", "lettore carte sumup", "sumup air", ecc. Inoltre, **il termine "sumup" va escluso da tutte le campagne di ricerca, sia generiche che di acquisto**, al fine di evitare un'eventuale concorrenza con le campagne di ricerca e di acquisto del marchio SumUp.
- 2 Il marchio SumUp non deve essere incluso all'interno di titoli o descrizioni di annunci.
- 3 Ai Consulenti è concesso presentare offerte su parole chiave generiche come ad esempio "lettore di carte" e simili nelle relative lingue, oltre a fare offerte su marchi concorrenti come "lettore iZettle" e su parole chiave associate. Sono consentite anche le campagne di acquisto, tuttavia i termini specifici del marchio SumUp non devono essere utilizzati.



sumup®

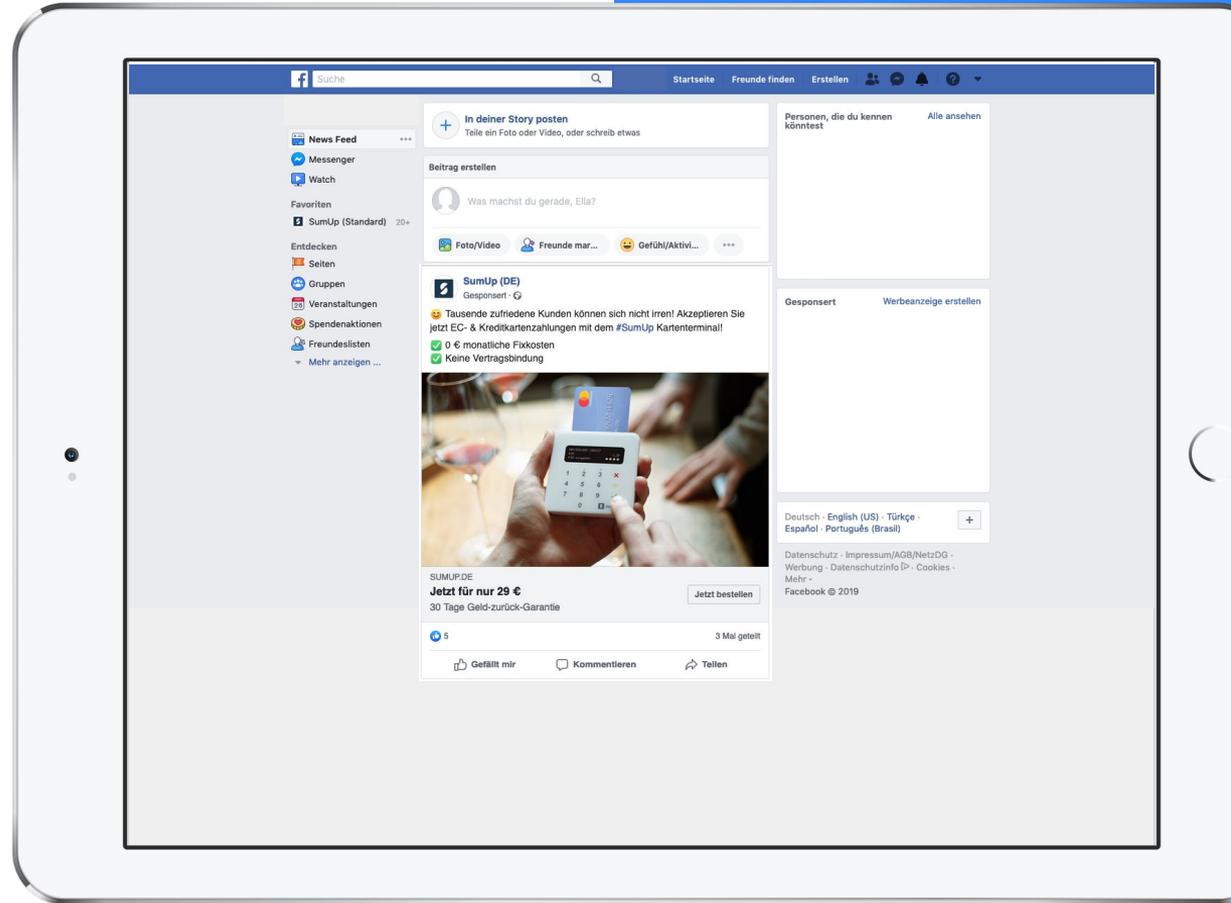
In caso di dubbi sulle parole chiave da (non) utilizzare, contattare SumUp all'indirizzo sumup-consultant@sumup.it.

SumUp – A better way to get paid.

Pubblicità sulle piattaforme dei social media

compresi Facebook e Instagram, Pinterest, Snapchat, Twitter e LinkedIn

Annunci sulle piattaforme dei social media



Sezione 2.1 - Le piattaforme dei social media

compresi Facebook e Instagram

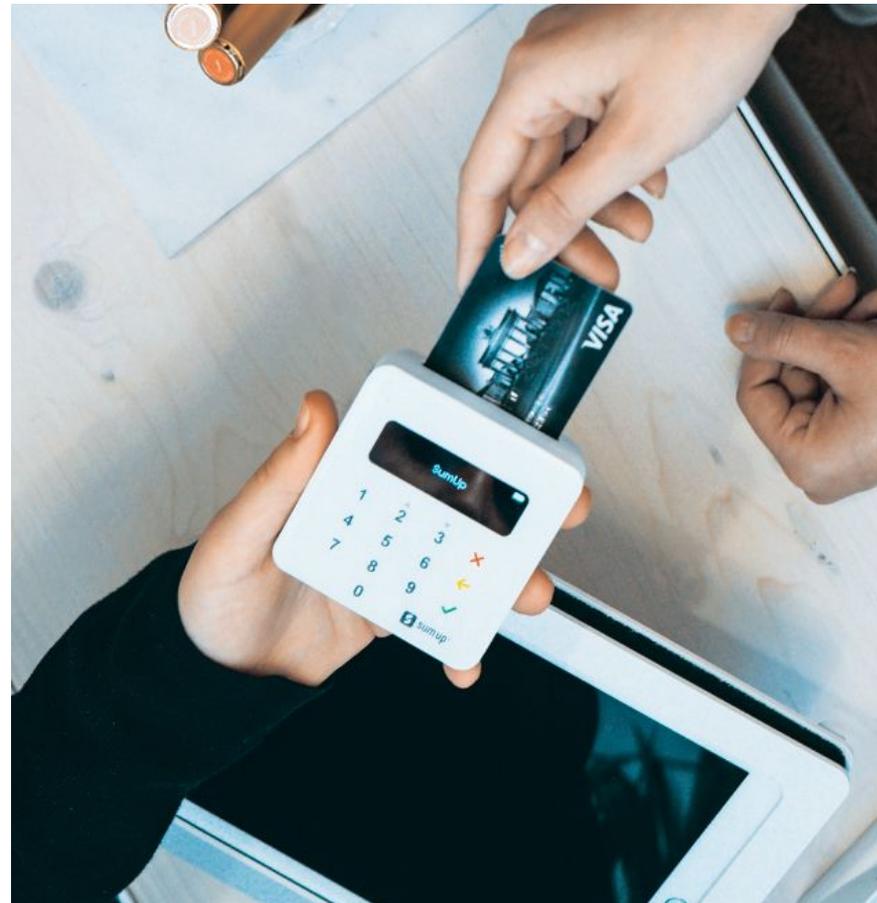
OBIETTIVO

Evitare pubblicità e promozioni contrastanti sulle piattaforme dei social media tra i Consulenti e SumUp per comunicare un'immagine coerente del marchio.

IMPLICAZIONI

- 1 I Consulenti devono comunicare in maniera proattiva e tempestiva (con almeno 2 settimane di anticipo) e prima del lancio quali campagne a pagamento sui social media intendono organizzare, compresa la tipologia di promozione offerta, il pubblico di destinazione, gli asset creativi da utilizzare e la durata.

Se state valutando di lanciare una nuova campagna, contattateci fornendo le informazioni di cui sopra all'indirizzo sumup-consultant@sumup.it.



Sezione 2.2 - Le piattaforme dei social media

compresi Facebook e Instagram

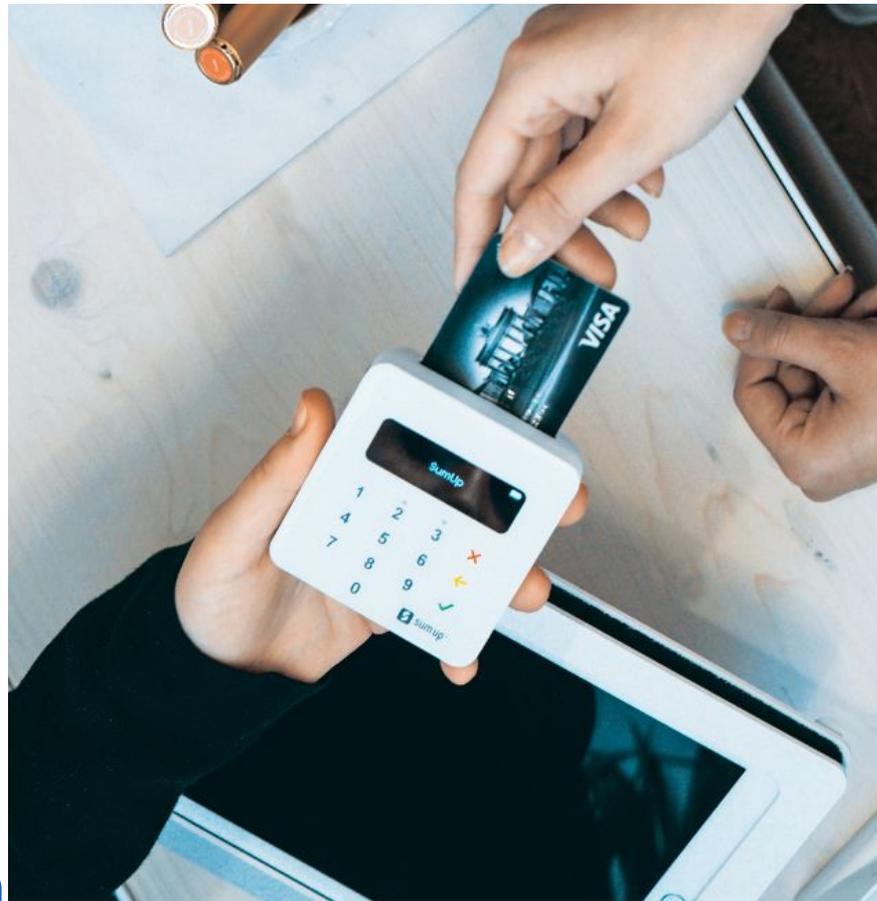
OBIETTIVO

Evitare pubblicità e promozioni contrastanti sulle piattaforme dei social media tra i partner e SumUp per comunicare un'immagine coerente del marchio.

IMPLICAZIONI

- ① I Consulenti possono includere il logo di SumUp (proveniente dalle risorse di marketing messe a disposizione da SumUp) negli asset creativi e devono evitare un'esposizione dominante del marchio SumUp all'interno di messaggi, titoli e descrizioni di annunci pubblicitari.
- ② I Consulenti devono poter garantire un'esposizione e una comunicazione rispettose e piacevoli dei prodotti e delle soluzioni SumUp nei propri contenuti creativi.

In caso di dubbi sulla conformità del contenuto creativo alle linee guida e al marchio SumUp, inviateci una richiesta scritta a sumup-consultant@sumup.it.



Sezione 2.3 - Account Ufficiale SumUp

compresi Facebook e Instagram

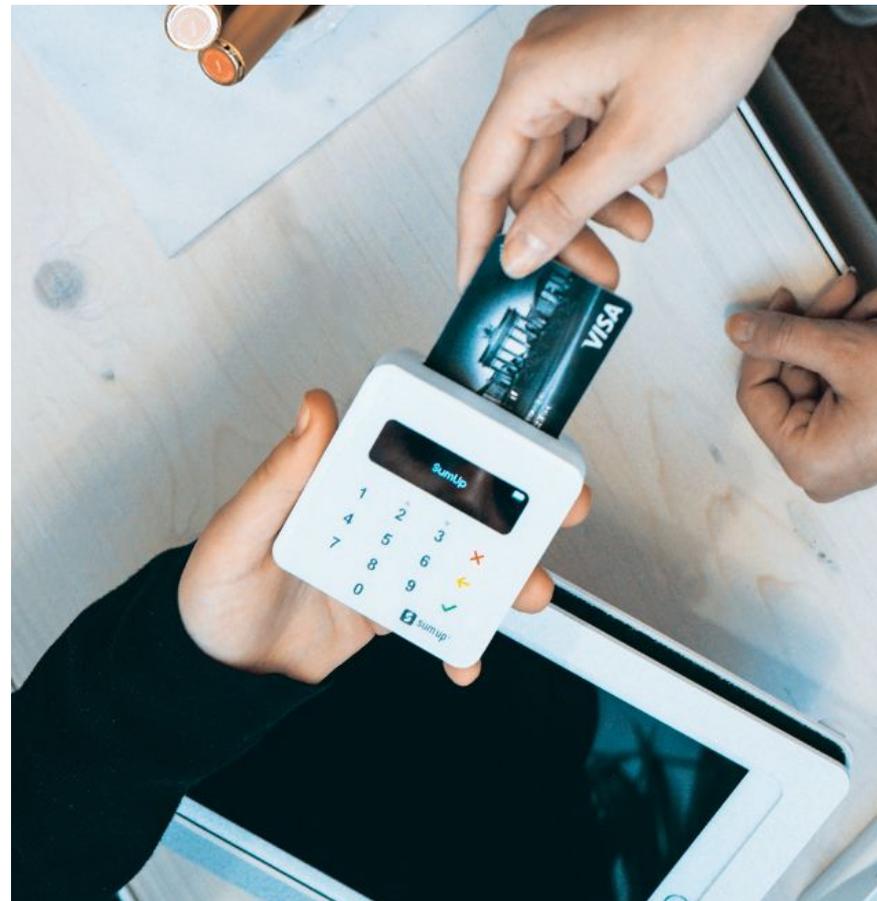
OBIETTIVO

Evitare pubblicità e promozioni contrastanti sulle piattaforme dei social media tra i partner e SumUp per comunicare un'immagine coerente del marchio.

IMPLICAZIONI

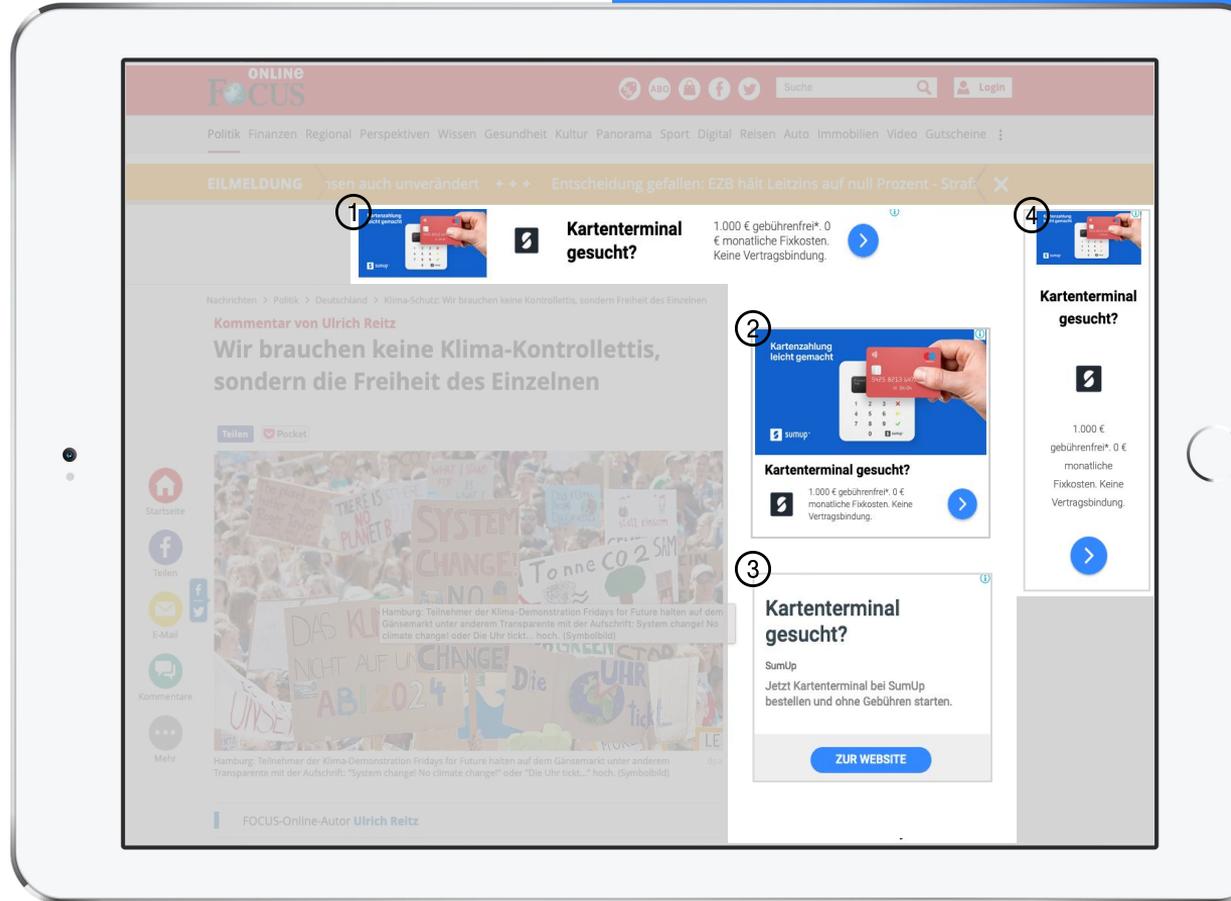
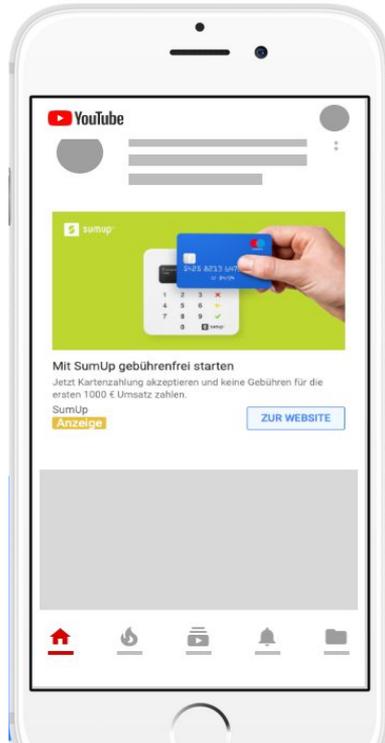
- 1 I Consulenti non possono commentare i post ufficiali dei profili SumUp con riferimenti alla propria attività da Consulenti, allegando il proprio link per le vendite, link al proprio sito e-commerce o ai propri profili social.

In caso di dubbi sulla conformità del contenuto creativo alle linee guida e al marchio SumUp, inviateci una richiesta scritta a sumup-consultant@sumup.it.



3. Pubblicità sulla Rete Display di Google

Annunci sulla Rete Display di Google



Sezione 3.1 La Rete Display di Google

🚩 OBIETTIVO

Evitare pubblicità e promozioni contrastanti sulle piattaforme della Rete Display di Google tra i Consulenti e SumUp per comunicare un'immagine coerente del marchio.

💡 IMPLICAZIONI

- 1 I Consulenti non devono creare campagne utilizzando segmenti di pubblico personalizzati per intenzione ("custom intent") mirate agli utenti che visitano il nostro sito web, nonché al marchio e a parole chiave associate a esso. Esempi: "sumup", "samup", "sum up", "lettore di carte sumup", "sumup air".
- 2 I Consulenti possono creare campagne utilizzando segmenti di pubblico personalizzati per intenzione mirate ai marchi dei concorrenti e alle parole chiave associate, nonché a parole chiave generiche.
- 3 I Consulenti possono rivolgersi a segmenti di pubblico di affinità e "in-market".



Sezione 3.2 - Google Display

OBIETTIVO

Evitare pubblicità e promozioni contrastanti sulle piattaforme della Rete Display di Google tra i Consulenti e SumUp per comunicare un'immagine coerente del marchio.

IMPLICAZIONI

- ① I Consulenti possono includere il logo di SumUp (proveniente dalle risorse di marketing messe a disposizione da SumUp) negli asset creativi e devono evitare un'esposizione dominante del marchio SumUp all'interno di messaggi, titoli e descrizioni di annunci pubblicitari.
- ② I Consulenti devono poter garantire un'esposizione e una comunicazione rispettose e piacevoli dei prodotti e delle soluzioni SumUp nei propri contenuti creativi.

Prima di lanciare asset creativi per la Rete Display di Google, inviatene una panoramica completa all'indirizzo sumup-consultant@sumup.it.



4. Altro

compresi URL e design del sito web, prezzi

Sezione 4.1 - URL e design del sito web

🚩 OBIETTIVO

Comunicare un'immagine coerente e chiara del marchio su tutti i canali per non confondere i clienti con varie offerte.

💡 IMPLICAZIONI

- ① I Consulenti possono utilizzare il marchio SumUp nel percorso dell'URL. Esempio: [www."iltuomarchio".it/sumup](http://www.)
- ② I Consulenti non possono riprodurre o imitare il design del sito web di SumUp.
Esempi:
 - a. www.offertasumup.it
 - b. www.sumupair.it
- ③ I Consulenti non devono utilizzare, acquistare o creare domini web che contengano il marchio SumUp.

Per verificare se un (dominio del) sito web rispetta le linee guida e il marchio SumUp, inviate una richiesta scritta a sumup-consultant@sumup.it.



Sezione 4.2 - Prezzi

OBIETTIVO

Comunicare un'immagine coerente e chiara del marchio su tutti i canali per non confondere i clienti con varie offerte, oltre a evitare la concorrenza sleale e le inefficienze nelle aste di acquisto sui vari canali.

IMPLICAZIONI

- ① I Consulenti non possono pubblicizzare in maniera proattiva promozioni con un prezzo hardware inferiore rispetto a quanto comunicato da SumUp sul sito web ufficiale locale (salvo nel caso in cui sia stato concordato diversamente per iscritto).
- ② La comunicazione delle commissioni sulle transazioni dovrà essere sempre aggiornata e coerente con quanto comunicato da SumUp sul sito web ufficiale locale.

In caso di dubbio sull'autorizzazione a comunicare una particolare offerta di prezzi, contattateci all'indirizzo sumup-consultant@sumup.it.

