



*Le persone non comprano
prodotti e servizi,
ma relazioni, storie e magia.*



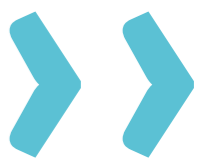
Seth Godin
Scrittore

L'IDENTITÀ DI PRODOTTO

Produrre è un'attività sociale, in cui il risultato esprime le relazioni che gli uomini impostano con gli altri e con l'ambiente.

Il prodotto è anche l'oggetto di scambio tra le persone, materiale e/o immateriale, che genera relazioni sociali e commerciali e presuppone attività di comunicazione e marketing per restituire il giusto valore al prodotto venduto / acquistato.

Non va però concepito come semplice mezzo per soddisfare un desiderio o bisogno, ma come un insieme di utilità che soddisfano esigenze di vario ordine. In tal senso, il concetto di prodotto integra in sé quella di servizio.





FOCUS PUNTI FORTI

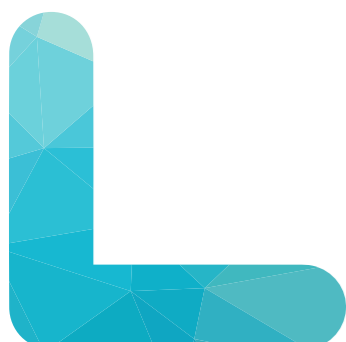
Stabilisci gli attributi del tuo Prodotto

› TANGIBILI

La forma, il peso, la trama, la fragilità, la durezza, la temperatura, l'umidità, il gusto, l'odore, il colore, il suono, la confezione, l'ingombro.

› INTANGIBILI

L'utilità, lo stile, la fattura, l'immagine, il prestigio, la qualità, i servizi, la garanzia.



LINK UTILI CONTENUTI ONLINE



APPROFONDIMENTI

- › [Le 4 P del marketing: cosa sono, significato e strategie](#)
- › [Il concetto di prodotto](#)
- › [Product management, cos'è, definizione e 9 consigli pratici](#)
- › [Cos'è il product marketing? Significato, attività, ruoli e implementazione a supporto del Made in Italy](#)



VIDEO

- › [Tecniche di vendita: non presentare mai il tuo prodotto o servizio!](#)



STRUMENTI UTILI

- › [Matrice BCG per riconoscere i tuoi prodotti \(brand management, marketing, apple, google\)](#)
- › [Il segreto del successo è la pazienza | Raffaele Gaito | TEDxSalerno](#)
- › [Come decidere il prezzo del tuo prodotto/servizio](#)
- › [Crea una buona strategia di marketing in meno di 10 minuti!](#)



5 LIVELLI DI PRODOTTO PER SODDISFARE UN AMPIO PUBBLICO

01

VANTAGGIO PRINCIPALE

il beneficio essenziale
per cui viene scelto
e acquistato

02

PRODOTTO GENERICO

è la versione base,
comprendente
che cos'è e cosa fa

03

PRODOTTO ATTESO

l'insieme di attributi
e caratteristiche
che il pubblico si aspetta
siano presenti

04

PRODOTTO AUMENTATO

include maggiorazioni
o miglioramenti che
vanno oltre ciò
che ci si aspetta

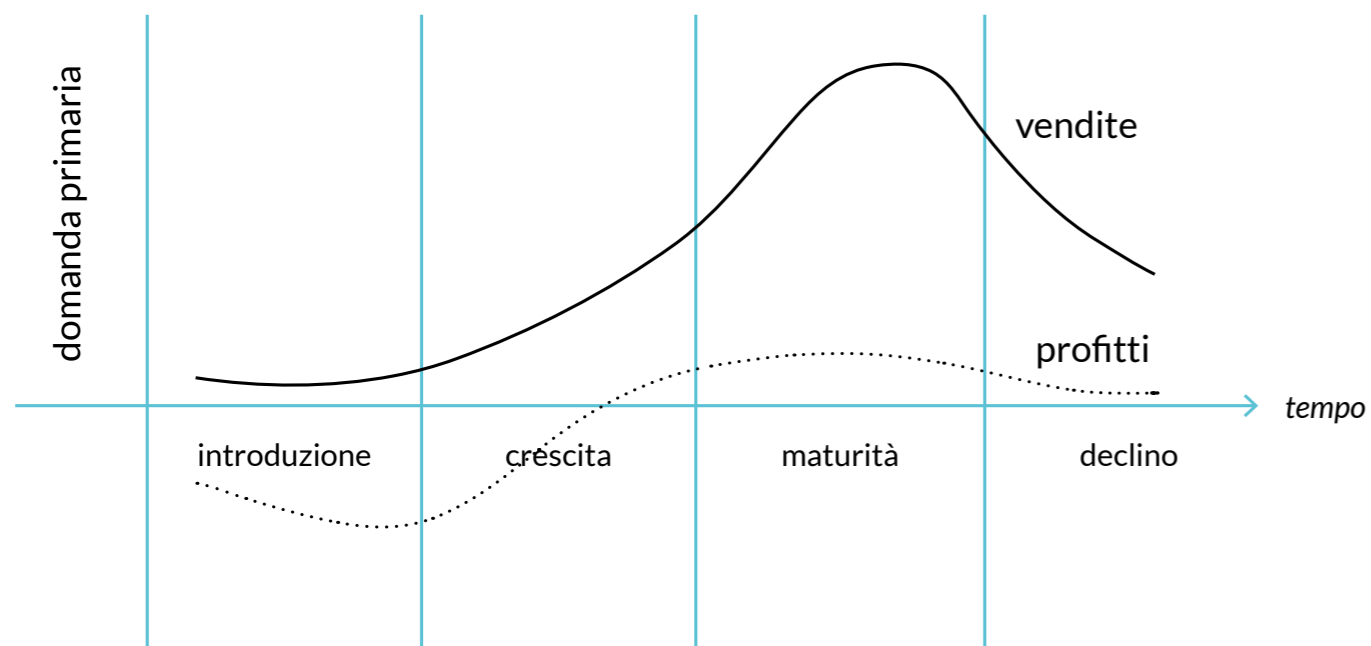
05

PRODOTTO POTENZIALE

include potenziali
innovazioni e/o
avanzamenti futuri

SUGGERIMENTI NON DIMENTICARTI DI ...

4 fasi del ciclo di vita del prodotto (Levitt 1965)



CASE STUDY UNA CAMPAGNA DI SUCCESSO

Beyond the brand: **marchionimo**

Scottex vs Rotolo da cucina
Quando il nome proprio di un prodotto
diventa il nome comune di quell'oggetto.

Caratteristiche del progetto
1974 - Scottex

Il progetto, 50 anni dopo
Oggi, il termine **Scottex** è diventato di uso
comune per indicare qualsiasi tipo di carta
assorbente e non più solamente quella
utilizzata in cucina dell'omonimo marchio.

**2008 - Scottex Cartaspugna prodotto
dell'anno al Gran Premio Marketing
e Innovazione - ADC Group**



01

Identità d'impresa



03

posizionamento

04

concorrenza e co-marketing

05

obiettivi della comunicazione

06

strumenti offline

07

strumenti online

08

contenuti

09

piano di comunicazione

10

piano editoriale