



IL CONSUMO CHE  
CI PIACE

5

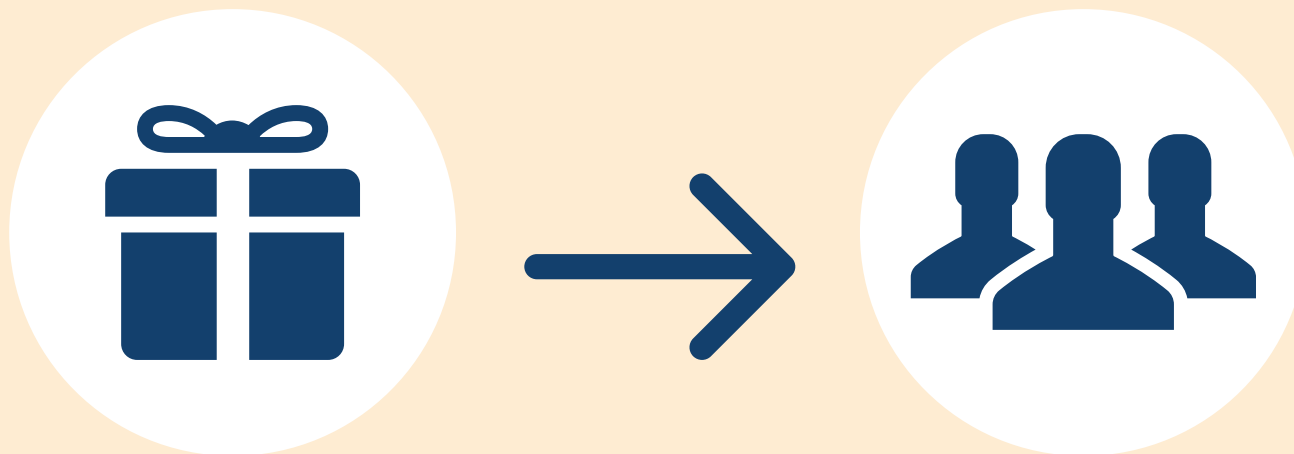
Selling  
proposition



## fase 5 - SELLING PROPOSITION

---

Ora dobbiamo confezionare la nostra offerta commerciale; dobbiamo cioè comunicare al potenziale cliente le nostre **argomentazioni di vendita**: le ragioni per cui dovrebbe comprare il nostro prodotto o servizio. Lo faremo insieme, ponendoci una serie di domande.





## fase 5 - SELLING PROPOSITION

---

### *Soluzione ad un problema*

Il nostro prodotto o servizio è in grado di **risolvere un particolare problema** del nostro cliente?

Se, ad esempio, i nostri potenziali clienti devono gestire molti automezzi per il trasporto dei loro beni, potrebbero essere interessati ad un servizio esterno di manutenzione programmata della flotta.





## fase 5 - SELLING PROPOSITION

---

### **Novità**

Alcuni prodotti o servizi sono così innovativi che riescono ad anticipare le esigenze dei futuri clienti, creando bisogni nuovi che prima non erano sentiti in quanto non c'era un'offerta simile.

Un esempio eclatante è rappresentato da *iTunes*: ha creato un modo completamente nuovo di acquistare musica.





## fase 5 - SELLING PROPOSITION

---

### **Accessibilità**

Rendere disponibili prodotti o servizi a clienti che **prima non potevano accedervi** è un altro modo per creare valore intorno alla nostra offerta.

L'accessibilità può essere declinata in:

**migliore fruibilità del servizio** (es. smartphone);

**migliore prezzo** (es. compagnie lowcost);

**migliore reperibilità** (es. e-commerce).





## fase 5 - SELLING PROPOSITION

---

### ***Prestazioni***

Migliorare la performance di un prodotto o servizio è una leva fortissima di **marketing**:

talvolta diventa una vera e propria **USP** (Unique Selling Proposition), attorno alla quale far ruotare tutta la comunicazione.

Provate a pensare ai computer;

a quanto hanno aumentato le loro prestazioni negli ultimi anni.





## fase 5 - SELLING PROPOSITION

Chi deve scegliere tra diverse alternative di acquisto è influenzato principalmente da **cinque fattori psicologici fondamentali**:

- 1 la **motivazione**,
- 2 la **percezione**,
- 3 l'**apprendimento**,
- 4 l'**insieme di opinioni**,
- 5 gli **atteggiamenti posseduti**.



La piramide dei bisogni di Maslow (1954)



## fase 5 - SELLING PROPOSITION

---

### ***Personalizzazione***

Offrire prodotti o servizi creati **su misura** per il singolo cliente è una strategia che si è sviluppata recentemente anche grazie all'avvento delle **moderne tecnologie produttive** e dell'**e-commerce**.

Il prodotto di massa, uguale per tutti, può infatti essere declinato sulla base delle specifiche necessità dell'acquirente.

Pensate alle scarpe sportive che possono essere ordinate con intarsi e colori personalizzati, ad esempio.







## fase 5 - SELLING PROPOSITION

---

### *Informazione*

Riassumendo:

**1**

Quali **argomentazioni** sono alla base della vostra offerta?

**2**

Quale **valore** trasferite nel vostro prodotto o servizio?

**3**

Quale problema risolvete o quale **necessità** soddisfatte?

Qualsiasi sia la vostra risposta, ricordate sempre l'importanza di fornire al consumatore un'informazione **corretta**, **trasparente** e **chiara**.





## fase 5 - SELLING PROPOSITION

---

### *Packaging*

La **confezione** è il mezzo con il quale potete entrare maggiormente in contatto diretto con il vostro acquirente. Dalla confezione **il cliente ricava le informazioni principali**; sulla etichetta legge quantità, provenienza e certificazioni del prodotto; il packaging comunica dallo scaffale la vostra offerta!

**Ma ATTENZIONE!**

Spesso si cerca di “vendere” una ricca confezione, per coprire la pochezza del prodotto contenuto; utilizzando materiali ingombranti e non sostenibili.

Le **aziende virtuose** forniscono informazioni aggiuntive rispetto a quelle previste dagli adempimenti normativi.



## fase 5 - SELLING PROPOSITION

---

Bene, ora siete pronti per **fissare la vostra offerta**.

Scrivete con cura tutte le ragioni di acquisto del vostro prodotto o servizio, sottolineando le vostre **scelte di sostenibilità**.

*Appena siete pronti, inviate le vostre soluzioni al tutor.*





IL CONSUMO CHE  
CI PIACE

**BUON LAVORO!**