

**LA GIUSTA  
STRATEGIA  
DI VENDITA  
PER LA  
DIFFERENZI  
AZIONE DEI  
I TUOI  
PRODOTTI.**



**dscom**

Specialisti in comunicazione digitale

---

LA  
DIFFERENZIAZIONE  
DEL PRODOTTO È  
UN'OPERAZIONE DI  
VENDITA  
FINALIZZATA ALLA  
PROMOZIONE DI UN  
DETERMINATO  
PRODOTTO, PER  
RENDERLO  
APPETIBILE AGLI  
OCCHI DEI CLIENTI



**IL PRINCIPALE OBIETTIVO DI QUESTA STRATEGIA  
CONSISTE NEL FAR PERCEPIRE DIFFERENTE IL PRODOTTO  
AI CONSUMATORI.**

**PER RAGGIUNGERE QUESTO OBIETTIVO SI HANNO  
PRIMARIAMENTE TRE OPZIONI:**

- 1.DIVERSITÀ CON BENEFICIO FISICO O TANGIBILE.**
- 2.DIVERSITÀ CON BENEFICIO PSICOLOGICO O INTANGIBILE.**
- 3.DIVERSITÀ PER ASSORTIMENTO.**

## 1.DIVERSITÀ CON BENEFICIO FISICO O TANGIBILE:

I BENEFICI MATERIALI SONO DI NATURA FISICA E POSSONO RAPPRESENTARE VANTAGGI A LUNGO TERMINE O A BREVE TERMINE.

I BENEFICI TANGIBILI SONO QUELLI MISURATI IN TERMINI MONETARI

## 2.DIVERSITÀ CON BENEFICIO PSICOLOGICO O INTANGIBILE.

IN QUESTO CASO LAVORIAMO SULLE SENSAZIONI CHE IL  
CLIENTE HA NEL UTILIZZARE, O NELL'ACQUISTARE IL  
NOSTRO PRODOTTO, PER DARE PROPRIO UNA...  
PERCEZIONE DIFFERENTE RISPETTO AI COMPETITOR,  
QUINDI IL BENEFICIO NON È TANGIBILE E NEMMENO  
MISURABILE.

### **3.DIVERSITÀ PER ASSORTIMENTO:**

**I BRAND POSSONO ANCHE SCEGLIERE DI NON INNOVARE IL SINGOLO PRODOTTO, MA DARE PIÙ ALTERNATIVE PER SODDISFARE PIÙ CLIENTI POSSIBILI. COSÌ FACENDO SI AUMENTA L'OFFERTA. PROVA A PENSARE ALLE AUTO, DI OGNI CASA C'È ALMENO UN MODELLO PER SEGMENTO E DI OGNI MODELLO UNA ROSA PRESSOCHÉ INFINITA DI VARIANTI.**

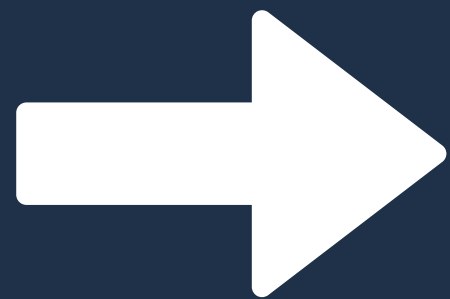
# **RICORDA**

**NELLE STRATEGIE DI DIFFERENZIAZIONE ASSUMONO UNA PARTICOLARE IMPORTANZA LA PUBBLICITÀ E LA COMUNICAZIONE.**

**NON È IMPORTANTE CHE IL PRODOTTO SIA EFFETTIVAMENTE DIFFERENTE DALLA CONCORRENZA, CIÒ CHE IMPORTA È CHE SIA PERCEPITO COME TALE DAI TUOI CLIENTI O DA QUELLI CHE POTREBBERO DIVENTARLO.**

---

# COSA NE PENSI?



#DSCOM

**HELLO@DSCOM.IT**