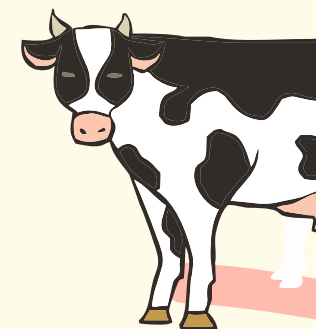
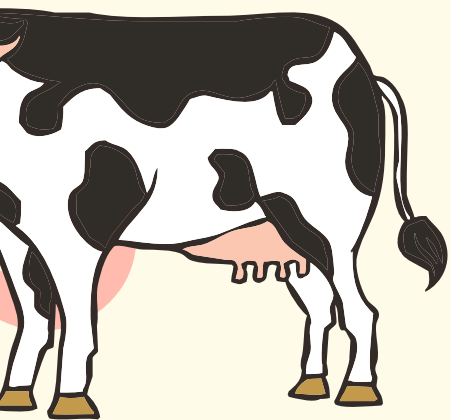




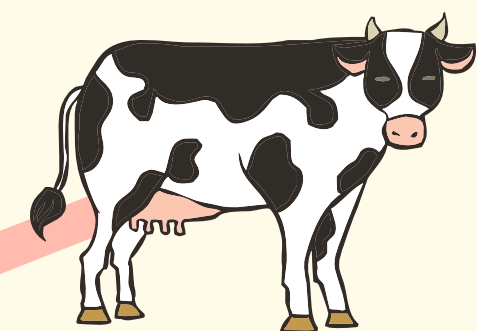
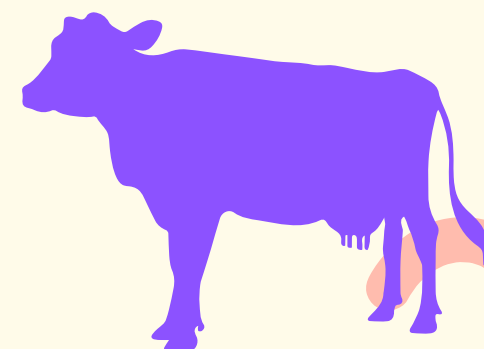
**COME ESSERE UNA MUCCA
VIOLA NEL 2021**

WWW.DSCOM.IT

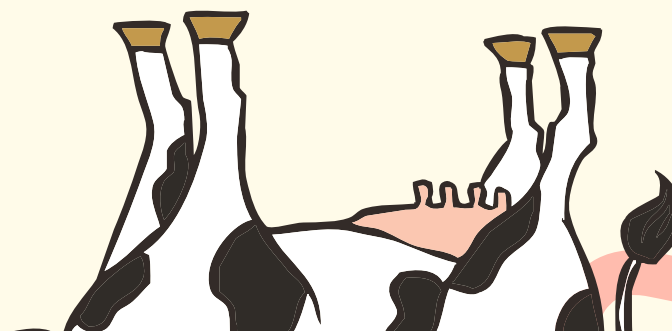
dsccom
Specialisti in comunicazione digitale



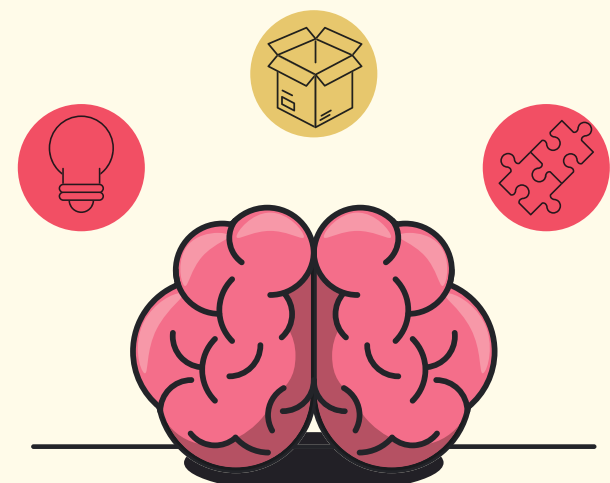
I CONSUMATORI SI TROVANO SPESSO DI FRONTE AD OFFERTE DI BRAND E PRODOTTI ILLIMITATI. LE OPZIONI TRA CUI SCEGLIERE SONO INFINITE E I TUOI COMPETITOR OFFRONO PRODOTTI O SERVIZI CON CARATTERISTICHE SIMILI AI TUOI, E PER FARTI SCEGLIERE DAI CLIENTI DEVI DISTINGUERTI DAGLI ALTRI. COME? CON IL BRAND POSITIONING



WWW.DSCOM.IT



LA STRATEGIA DI BRAND POSITIONING PORTA BENEFICI SIGNIFICATIVI E DUREVOLI NEL TEMPO, FACENDO UNA BUONA IMPRESSIONE CHE SI TRASFORMERÀ IN VENDITE E FEDELITÀ AL MARCHIO. PIÙ IL BRAND VIENE ASSOCIATO A VALORI POSITIVI, MAGGIORI SARANNO LE PROBABILITÀ CHE LE PERSONE SCELGANO TE, INVECE DI UN COMPETITOR. L'OBBIETTIVO FINALE È QUELLO DI RIMANERE NELLA MENTE DEL PROPRIO CONSUMATORE.



PER RIUSCIRE A DIFFERENZIARTI, CI SONO VARI ASPETTI DA TENERE IN CONSIDERAZIONE:

- 1. CARATTERISTICHE DI UN PRODOTTO;**
- 2. PARTICOLARITÀ DEL SERVIZIO;**
- 3. FAMA DEL BRAND;**
- 4. PREZZO**

CIÒ CHE CONTA È RIUSCIRE A INDIVIDUARE UN TRATTO DISTINTIVO DEL BRAND CHE SIA RILEVANTE PER I TUOI CLIENTI E SFRUTTARLO AL MASSIMO.



WWW.DSCOM.IT

**IL BRAND POSITIONING CONSENTE AI
CONSUMATORI DI FARE UN
COLLEGAMENTO MENTALE IMMEDIATO
TRA UN MARCHIO E UN DETERMINATO
BISOGNO/PRODOTTO.
MA VALE SOLO PER I GRANDI MARCHI?
NO!!!!**

**IL BRAND POSITIONING È
FONDAMENTALE ANCHE PER
LE PICCOLE-MEDIE IMPRESE.**



IL BRAND POSITIONING TI CONSENTE DI FOCALIZZARE LE ENERGIE VERSO UNA NICCHIA PRECISA, PERMETTENDOTI DI OTTIMIZZARE GLI INVESTIMENTI (SIA IN TERMINI DI TEMPO CHE DI DENARO). UNA PICCOLA REALTÀ NON PUÒ PERMETTERSI DI SPRECARE RISORSE PREZIOSE, ECCO PERCHÉ HA BISOGNO DI UN POSIZIONAMENTO EFFICACE SE A QUESTO AGGIUNGIAMO LE POTENZIALITÀ OFFERTE DAL WEB, POSSIAMO MOLTIPLICARE NOTEVOLMENTE I RISULTATI.

WWW.DSCOM.IT

!!!RICORDA!!!

**IL BRAND POSITIONING È
FONDAMENTALE PER IL MARKETING DELLE
PICCOLE AZIENDE PERCHÉ TI PERMETTE DI
ESSERE UN "CECCHINO" E NON SPRECARRE
LE TUE RISORSE LIMITATE DICENDO
ESATTAMENTE LA COSA GIUSTA PER
"ENTRARE NELLA MENTE DEL CLIENTE"**



WWW.DSCOM.IT