



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

**PRODUZIONE E MERCATO:
NUOVI APPROCCI DI CONOSCENZA**

Alberto Mattiacci, Direttore
Sanguis Jovis

Fare mercato



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Il marketing accresce

1. Il valore dell'impresa

Masi vale più di altre imprese di vino più deboli sul mercato

2. Il valore per la domanda

Un Brunello Siro Pacenti ha un valore percepito superiore a quello di altri

3. Il valore per la società

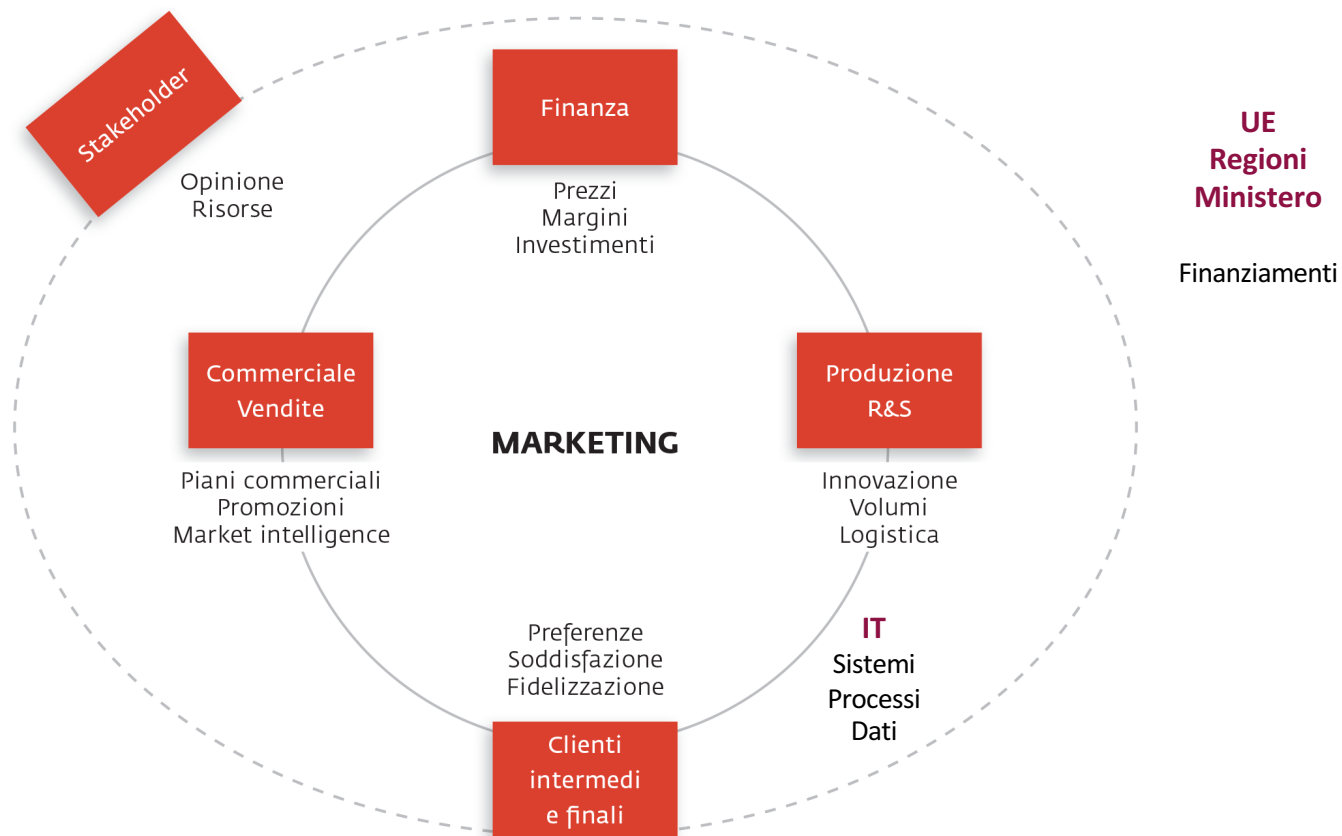
La maggiore sensibilità ambientale delle persone si traduce, oggi, in nuovi vini, packaging e metodi di produzione



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

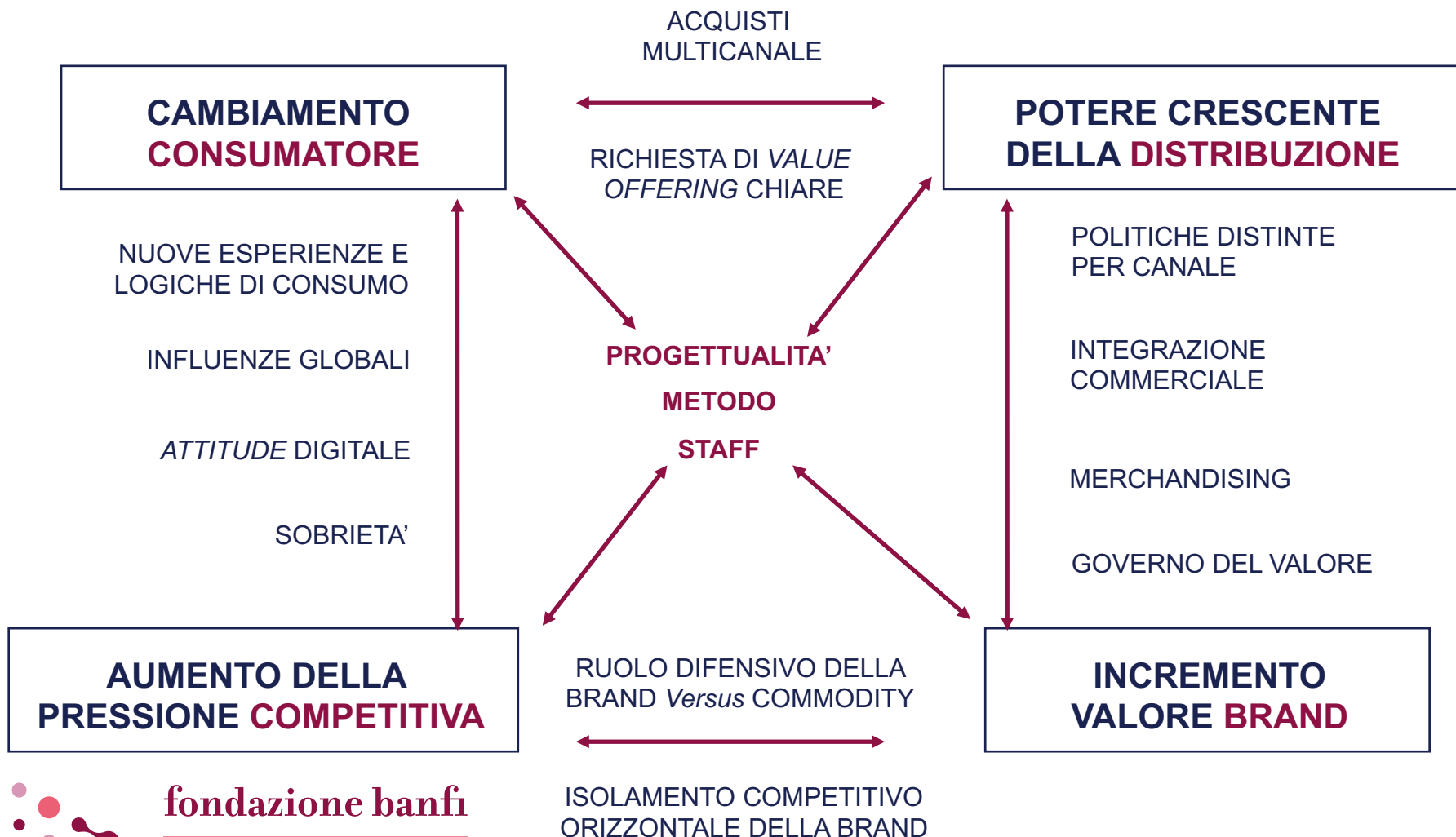
Con chi dialoga il marketing?



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Alcune dinamiche



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Cosa significa *mercato*

Aggregato

Il mercato del vino da tavola (categoria)

Il mercato statunitense del vino (spazio)

Il mercato dei giovani (domanda)

Il mercato online (piattaforma/canale)

Il mercato dei vini premium (fascia di valore)

Specifico dell'impresa

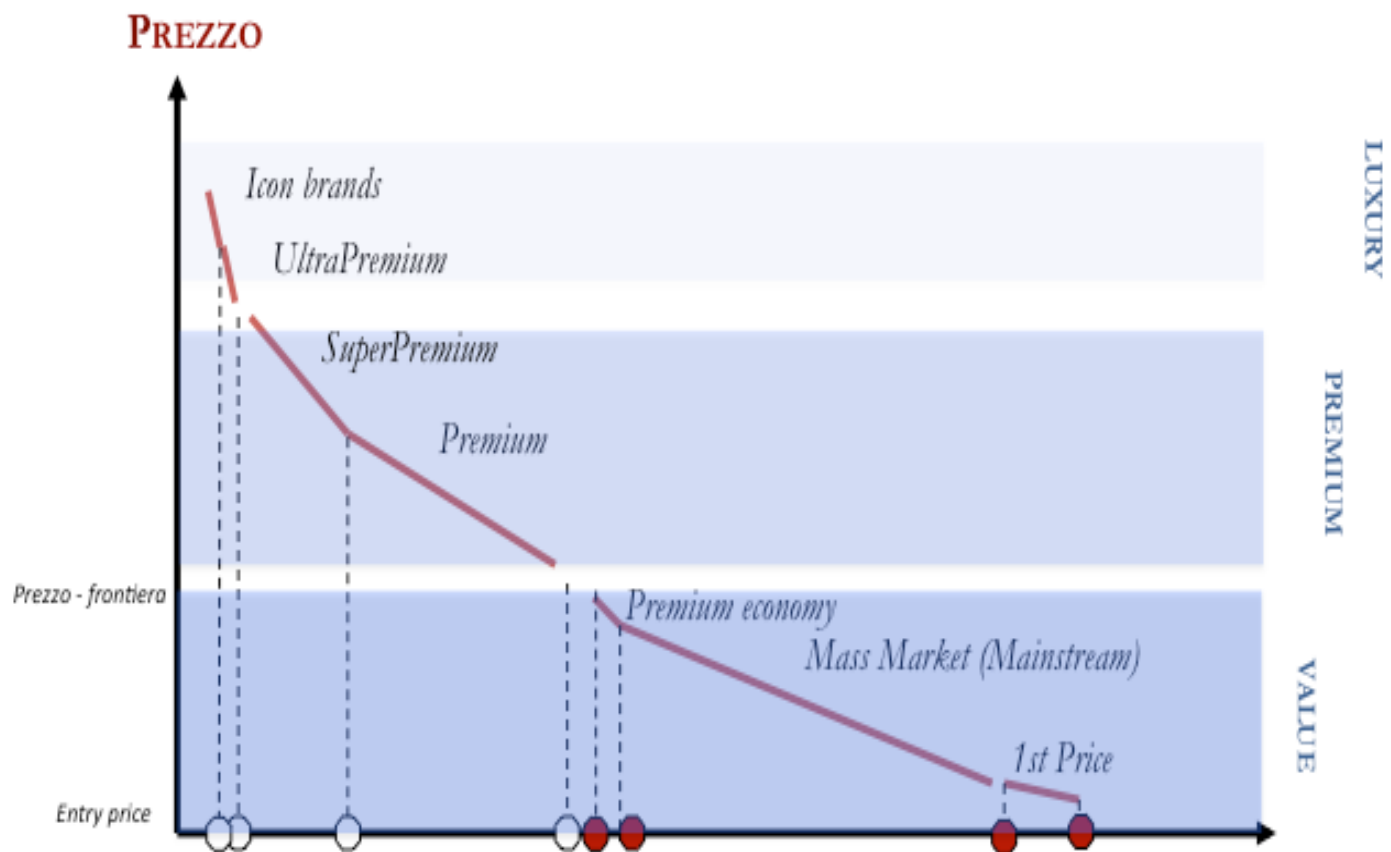
Il mercato di DonnaFugata



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

La domanda e il valore



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Il valore nelle fasce

VALUE		
Product offering		Driver di acquisto
Prodotto - Prestazione base/core	1	Soluzione a un problema
Prezzo- Comunica beneficio centrale	2	Difesa del potere di spesa
Brand - Fiducia	3	Competenza

PREMIUM		
Product offering		Driver di acquisto
Brand - Immagine/simbolico	1	Aspirazione
Prodotto - Prestazioni superiori	2	Competenza
Prezzo - Segna differenza	3	Esperienza unica

LUXURY		
Product offering		Driver di acquisto
Prezzo - Segna differenza	1	Esclusività
Brand - Immagine/edonismo	2	Ostentazione/status
Prodotto - Prestazioni superiori	3	Aspirazione



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

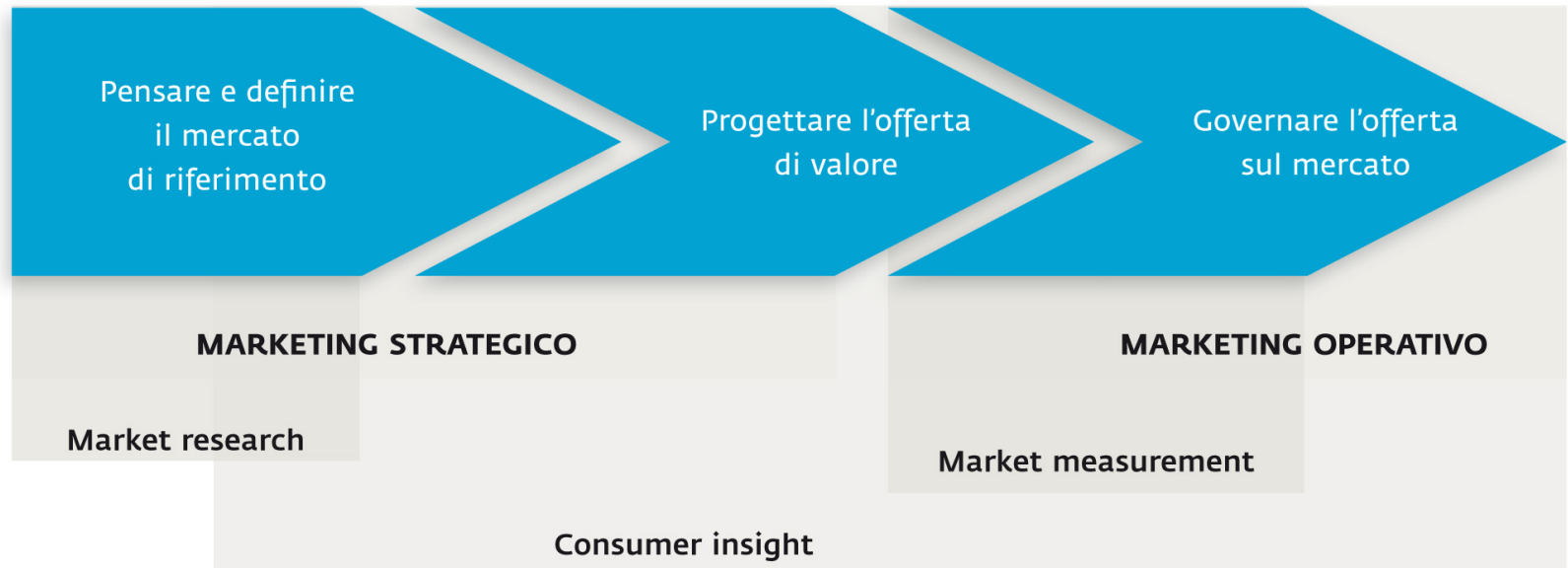
Fare mercato (*specifico*)



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

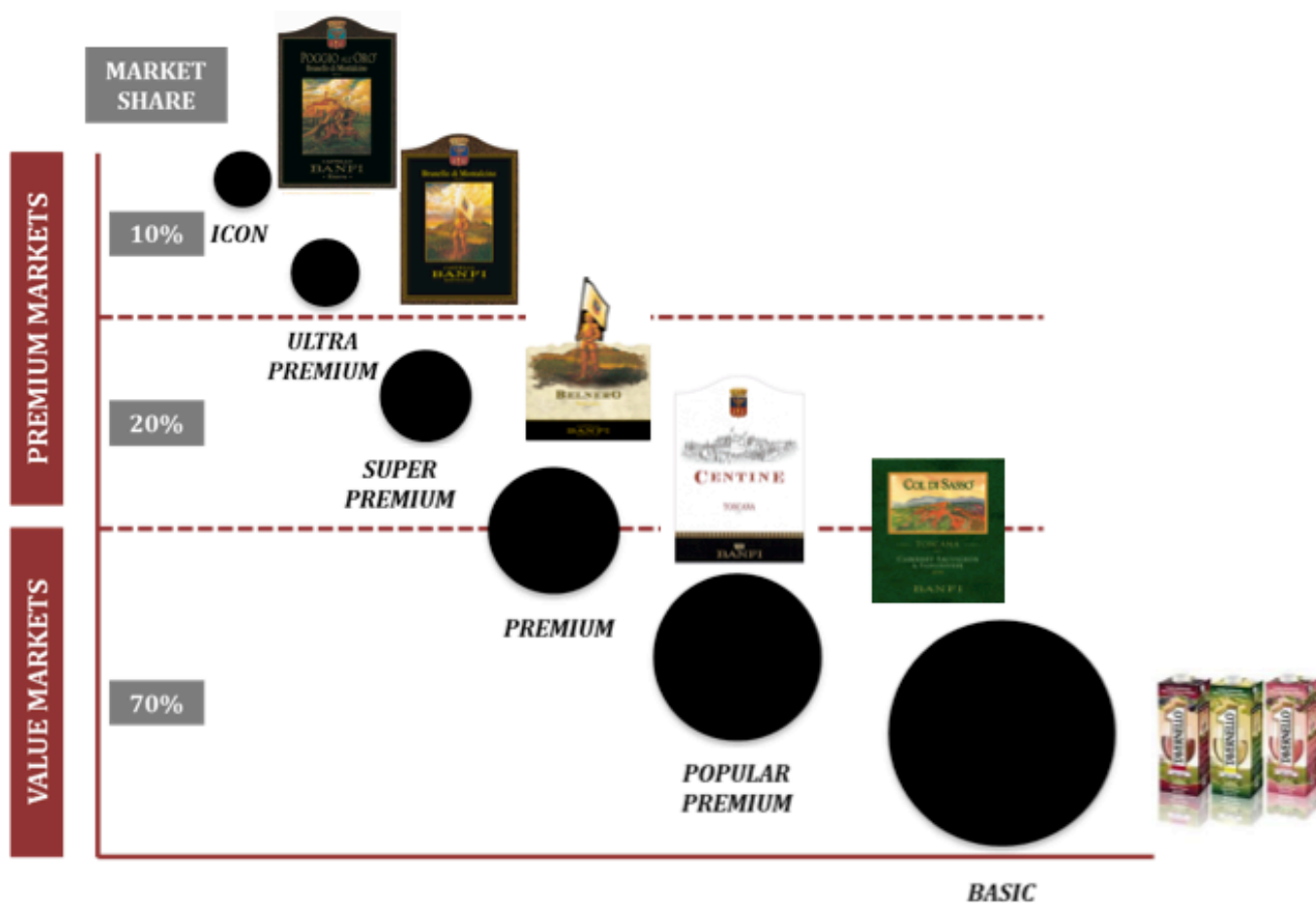
Overview



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Il presidio delle fasce



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

La fabbrica duale



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

La fabbrica duale



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

La fabbrica duale



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

La fabbrica duale

Tangibile

Terra

Vigna

Cantina

Sapere scientifico

Packaging



Immateriale

Cantina

Panorama

Packaging

Marketing

Communication

Salesforce

Customer Experience



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

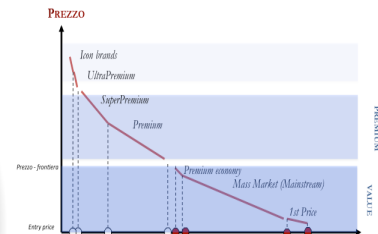
La product offering



Product Concept



Brand System



Price Point



Brand Experience



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

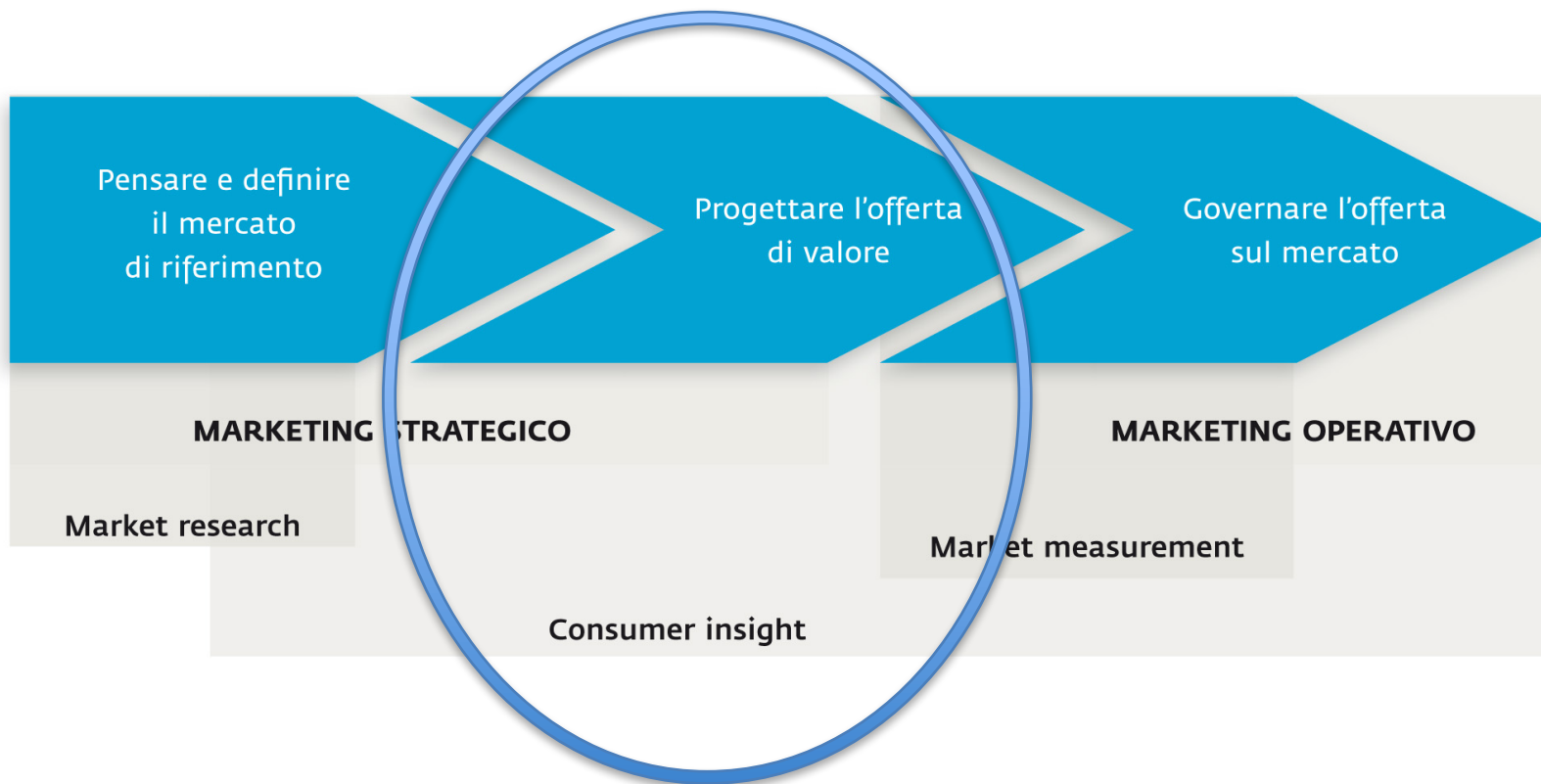
La nascita di un nuovo prodotto



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

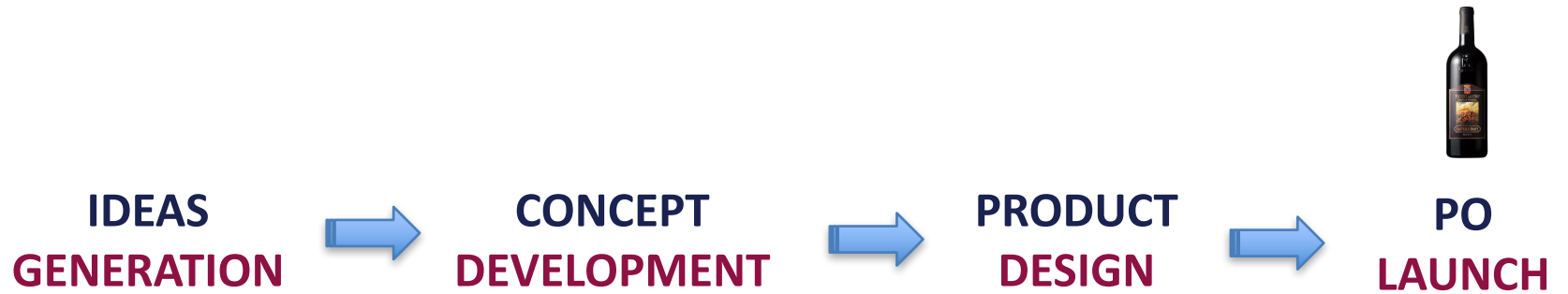
Il quadro



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Product innovation process



**Concepts
Positionings**

**Ultimate
Concept**

**Concept
Prototype**



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Concept testing



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Testing innovation



Qualitative
Concept test

Quantitative
Concept test

Product/market
test



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Due approcci differenti

Qualitativo

Colloquio



Quantitativo

Esperimento



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Quantitative Concept Test

ATTRIBUTES

ONLY A FEW **Vs** FULL PROFILE

WIDTH

BLIND **Vs** AS MARKETED/BRANDED

TEST NATURE

MONADIC **Vs** COMPARATIVE

SITUATION

IN USE **Vs** INSTANT

SAMPLE

AD HOC **Vs** PANEL

PLACE

IN HOUSE **Vs** LABORATORY



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Focus sul consumatore



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

Una visione diacronica

PROTO CONSUMATORE

CONSUMATORE PERSONA

PERSONA CONSUMATORE

Semplici



Complessi

Valori di consumo



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Una visione diacronica: tecnologia

PROTO CONSUMATORE

1-2[^] rivoluzione industriale

CONSUMATORE PERSONA

2[^]-3[^] rivoluzione industriale

PERSONA CONSUMATORE

3-4[^] rivoluzione industriale

Semplici



Complessi

Valori di consumo



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Una visione diacronica: domanda

PROTO CONSUMATORE

Massa

CONSUMATORE PERSONA

Massa e Segmenti

PERSONA CONSUMATORE

Segmenti, Nicchie, Personalizzazioni

Semplici



Complessi

Valori di consumo



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Una visione diacronica: l'acquisto

PROTO CONSUMATORE

Semplice

CONSUMATORE PERSONA

Semplice e sequenziale

PERSONA CONSUMATORE

Complesso e sociale

Semplici



Complessi

Valori di consumo



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Una visione diacronica: il consumo

PROTO CONSUMATORE

Essenziale: core benefit

CONSUMATORE PERSONA

Arricchito: benefit funzionali e simbolici

PERSONA CONSUMATORE

Sofisticato: benefit relazionali

Semplici



Complessi

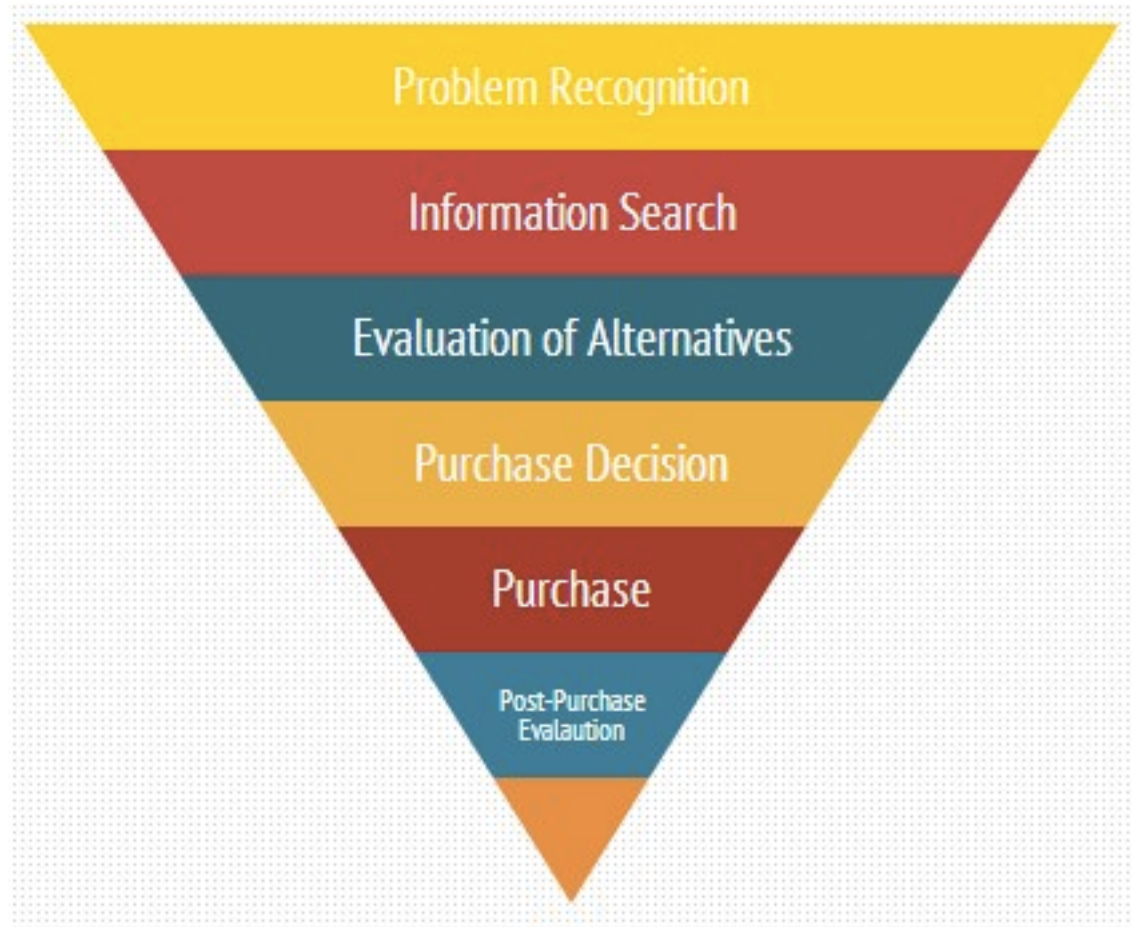
Valori di consumo



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

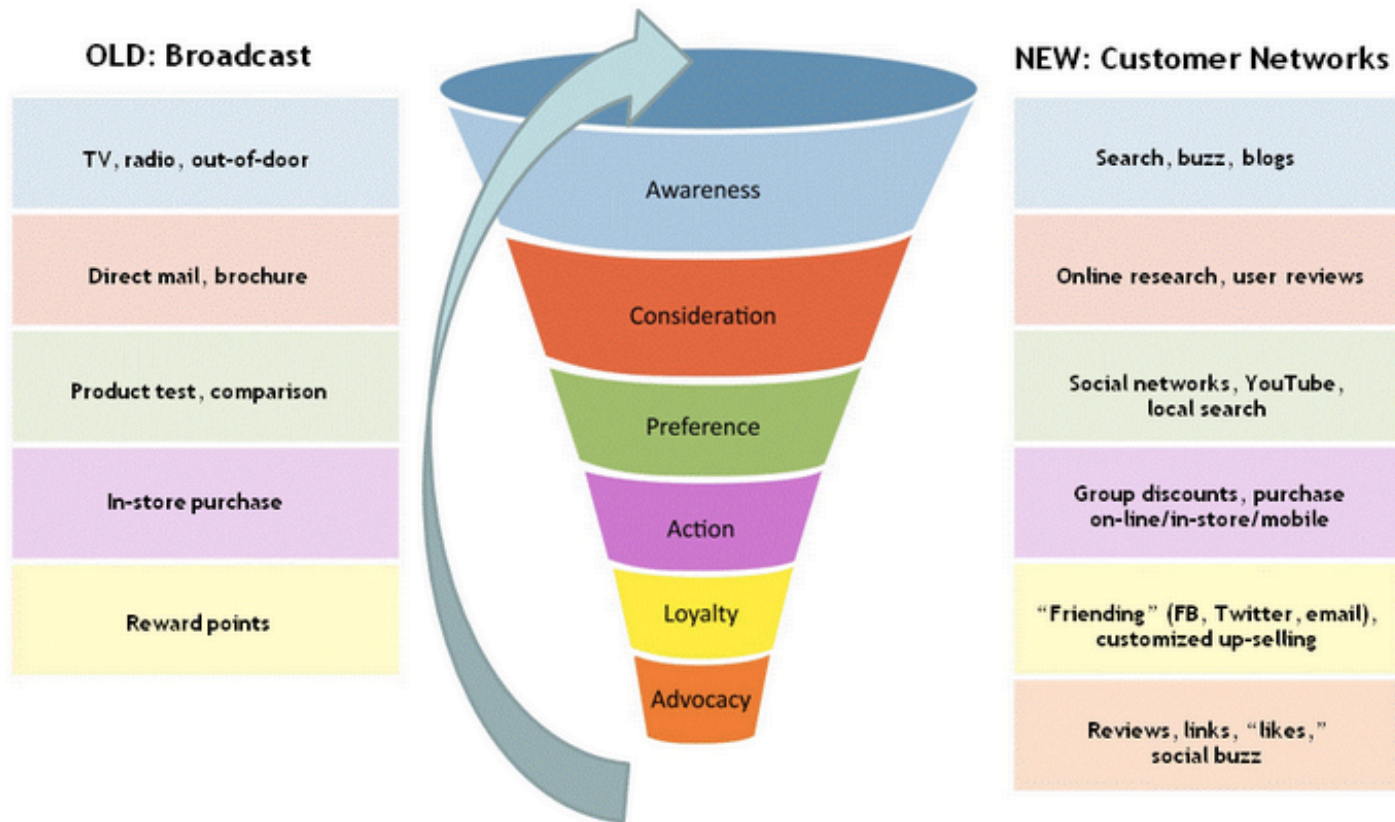
Consumer Buying Process



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Customer Funnel



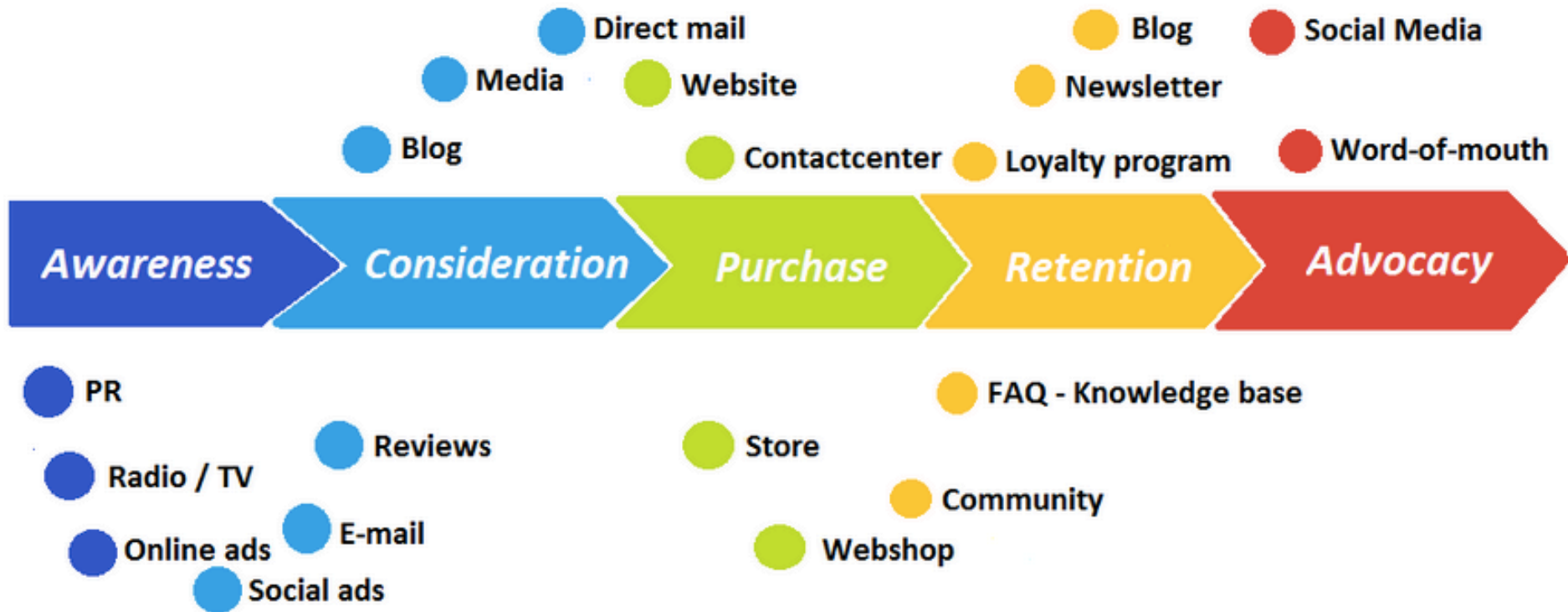
From "The Network Is Your Customer," by David Rogers
(Yale University Press, 2011) www.davidrogers.biz



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Customer Journey



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Emerging models

R.O.P.O. (RESEARCH ONLINE, PURCHASE OFFLINE)

Ricerca in rete delle informazioni & acquisto in negozio

CLICK & COLLECT

Ricerca e acquisto online, ritiro del prodotto in negozio

TRY & BUY

in questo ultimo caso, l'utente prova il prodotto in negozio (ad esempio un paio di scarpe) e poi lo acquista online.



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS

Valori 2.0

SEMPLICITA'

RENDERE SEMPLICI DEI TASK COMPLESSI

USER FRIENDLY

INTERFACCE DIGITALI INTUITIVE, ESTETICAMENTE GRADEVOLI

CONTROLLO

IDEA DI POTER DOMINARE LA SITUAZIONE

RISPOSTA IMMEDIATA

DOVE E QUANDO IL CONSUMATORE LA DESIDERA

PERSONALIZZAZIONE PROFONDA

RICONOSCIUTI COME INDIVIDUI

NETWORKING

LA CONNESSIONE CON GLI ALTRI È VALORE



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS



fondazione banfi

SANGUIS JOVIS
ALTA SCUOLA DEL SANGIOVESE

fondazionebanfi.it