



Personalizzazione...



- 1 Compatibile col target
- 2 **Facile da personalizzare**
- 3 Innovativo
- 4 Impattante
- 5 Utilizzabile
- 6 Visibile
- 7 Emozionale
- 8 Lanciabile

LORENZO IAZZETTI NATO IL 4 DICEMBRE DEL 1971 HA INIZIATO A CAMMINARE SUL SENTIERO DEL MARKETING GIÀ A 7 ANNI QUANDO, CON SCENETTE IMPROVVISATE CON GLI AMICI, "VENDEVA" AI BAMBINI PIÙ PICCOLI BUSTINE DI ZUCCHERO "CHE DAVA LA FORZA PER COMBATTERE I NEMICI". AVEVA GIÀ CAPITO CHE LA PUBBLICITÀ ERA L'ANIMA DEL COMMERCIO... A 19 ANNI SI TROVA RINCHIUSO IN UNIVERSITÀ, INGEGNERIA ELETTRONICA MA, SUPERATO IL BIENNIO, NON SODDISFATTO TORNA AL SUO PRIMO AMORE, IL MARKETING: LIBERATOSI DA INGEGNERIA, SI LAUREA IN ECONOMIA AZIENDALE. DA ALLORA LIBERA LA SUA CREATIVITÀ: CREA UN MODELLO OPERATIVO CON UNA TESI SUL WEB MARKETING NEL SETTORE TURISTICO, PASSA DALLA CONSULENZA MARKETING TRADIZIONALE ALLA "NEW ECONOMY". MA TUTTO QUESTO ANCORA NON GLI BASTA. OGGI SI OCCUPA DI SVILUPPO PRODOTTI AD ALTO CONTENUTO DI ELETTRONICA, PIANI DI MARKETING DI BREVE E LUNGO PERIODO, COORDINA CAMPAGNE MEDIA, PUBBLICITÀ, COMUNICAZIONE, PACKAGING E TUTTO CIÒ CHE AZIENDALMENTE PARLANDO PUÒ FARE MARKETING.

Vi ricordate il nostro discorso sulle variabili? Vi abbiamo parlato della compatibilità col target e adesso è giunto il momento di passare alla seconda variabile, ovvero: facilità di personalizzazione. Si tratta di una variabile che, generalmente, viene controllata da chi propone i prodotti. I cataloghi in cui sono presenti novità e articoli a disponibilità immediata, presentano, nella maggior parte dei casi, una semplicità di personalizzazione piuttosto alta al punto che, spesso, sono in pronta consegna. Nel caso attingessimo dal bacino degli oggetti standard, la facilità della personalizzazione può essere letta come direttamente proporzionale al costo dell'impianto di stampa con l'immagine che desideriamo e si parlerebbe in linea di massima di un centinaio di euro. E se invece volessimo dare un tocco più personale andando incontro in maniera più decisa alle nostre esigenze cercando di personalizzare oggetti non standard? In questo caso le cose potrebbero cambiare, sia in termini di bellezza e soddisfazione delle proprie esigenze, sia in termini di complessità e di costi.

Limiti e vantaggi

Prendiamo, come esempio, le classiche tazze cilindriche. Le abbiamo sempre viste stampate all'esterno, cosa che ha un costo limitato... ma se volessimo stamparle all'interno? Il costo cambierebbe ed avremmo anche dei limiti tecnici: la tazza non è infatti stampabile in tutte le sue parti ma solo sul bordo superiore quindi, spesso, la persona che beve non è esposta nel migliore dei modi al messaggio; facendo una seconda stampa all'interno, invece, la lettura del messaggio è più immediata e la comunicazione fatta all'esterno si rafforza.

Nel caso in cui volessimo approfondire ancora, procedendo nella creazione da zero di un articolo, dovremmo prendere in esame diversi aspetti sia in relazione ai materiali, sia allo stampo da realizzare o all'utilizzo di processi produttivi particolari. Ovviamente a parità di materie prime e di lavorazioni, un articolo difficile da personalizzare avrà costi più alti di uno facile da personalizzare. E, purtroppo, non c'è un modo semplice per valutare la difficoltà di personalizzazione di un articolo! Resta inteso che è necessario

c'est facile!

rivolgersi a dei professionisti in grado di dare delle indicazioni più precise in termini di costi. Ricordiamoci, inoltre, che non tutti i prodotti possono essere riproducibili con un "nome" differente ma una buona parte lo è... quindi, spazio alla fantasia!

Merchandising in piccoli numeri

Cosa intendiamo quando parliamo di piccoli numeri? Significa stare al di sotto di un centinaio di pezzi e in questo caso, a meno che non ci siano budget importanti da dedicare, i numeri non ci permettono di far volare troppo la fantasia ed è necessario ricorrere ad oggetti facili da personalizzare. In questo senso, di oggetti standard che presentano una bassa complessità, c'è solo l'imbarazzo della scelta... basta dare uno sguardo ai cataloghi delle aziende specializzate per capirlo!

Messo da parte l'imbarazzo non dimentichiamoci che le variabili da tenere in considerazione sono otto e che, pur essendo tantissimi gli oggetti facilmente personalizzabili, pochi sono quelli che ben si adattano alle nostre esigenze e, soprattutto, il cliente si ricorderà di noi a seconda di ciò che gli regaliamo!

Merchandising in grandi numeri

Grandi numeri... grandi budget, generalmente. E questa è la condizione migliore per trovare i prodotti più belli, nuovi e facili da personalizzare! Con i grandi numeri siamo sicuramente facilitati ma se volessimo attingere ai cataloghi di oggetti pronti alla personalizzazione e distribuzione potremmo comunque farlo, con l'unica accortezza di guardarlo con gli occhi del nostro cliente destinatario del gadget.

Ma che vantaggi avremmo nell'utilizzare oggetti già definiti? Sicuramente vantaggi di prezzo, tutti gli impianti si ammortizzano su più pezzi e il costo è di conseguenza più basso. Un altro vantaggio è che rivolgendoci ad un'azienda produttrice potremo, ad un prezzo pressoché invariato (entro certi limiti), scegliere i materiali, modificare le personalizzazioni... insomma avere, nel complesso, un oggetto più idoneo alle nostre esigenze.

E per finire...

Guardiamoci intorno, dunque... cerchiamo tra gli oggetti usati dal nostro cliente, immaginiamo la sua giornata tipo e ... l'idea arriverà! La fantasia non manca, di oggetti ce ne sono di tutti i tipi e per tutti i gusti e se ci aggiungiamo una personalizzazione originale, il gioco è fatto.

a

c

a

m

a

,

L

Si tratta di un prodotto in tela, indicato nel periodo estivo come arredo giardino e, perché no, nel periodo invernale per un uso "casalingo". Ovviamente per questo secondo uso dovrà essere fornito un kit perché va appesa al soffitto...

Compatibile col target

Il target può essere variabile a seconda dell'uso che si suggerisce: giovane/adulto se in giardino, giovane/trasgressivo se si propone come uso "casalingo".

Facile da personalizzare

È un articolo in tela e può essere serigrafato con estrema facilità.

Innovativo

Come prodotto è conosciuto ed è poco usato in ottica promozionale.

Impattante

In giardino non passa inosservato, sia tra i passanti che tra gli amici, che, siatene certi, proveranno l'amaca almeno una volta. Appesa in casa ha un forte impatto su chi la usa, che si sente coccolato, e sugli amici che frequentano la casa.

Utilizzabile

Non viene dimenticata: molto comoda sia per il relax all'aperto che per i momenti di riflessione in casa.

Visibile

Ha un'ottima visibilità in giardino, in casa un po' meno.

Emozionale

La gratificazione nel sentirsi coccolati e rilassati ogni volta che viene utilizzata viene interamente trasmessa al marchio.

Lanciabile

Vivamente sconsigliato ...

Note di produzione

Misure personalizzazione: la serigrafia sulla tela può essere al massimo 60 x 40 cm; è possibile personalizzare anche la stecca di legno con una incisione laser in nero al costo di 2,80 € al pezzo.

Costo comprensivo di personalizzazione: 30,5 euro al pezzo. Minimo d'ordine: 6 pezzi.