

PARLIAMO DI MARKETING

SOTTILETTE VS FETTINE

1. QUANDO SEPARI MARCA E PRODOTTO, CREI DUE NUOVE IDENTITÀ... E UNA GRANDE CONFUSIONE

La scissione Kraft-Mondelez ha diviso ciò che nella mente delle persone era un tutt'uno.

2. ESSERE SCELTI PRIMA ANCORA DI ESSERE CERCATI. DI IDENTITÀ.

È la disponibilità mentale a guidare le decisioni d'acquisto.

3. UN ENDORSED BRAND PUÒ CAMMINARE DA SOLO... MA PERDE UN PEZZO DI SÉ.

Sottilette ha perso il logo Kraft, ma ha conservato il suo posto nel cuore di molti.

4. FETTINE È UN NOME GENERICO. SOTTILETTE È UN'ABITUDINE.

Il nome scelto da Kraft è troppo debole per distinguersi. Sottilette, invece, è diventata sinonimo di categoria.

5. QUANDO UN BRAND CAMBIA CONTESTO, RISCHIA DI SEMBRARE UN INTRUSO.

il consumatore si rifugia in ciò che riconosce

PARLIAMO DI MARKETING

WWW.PARLIAMODIMARKETING.IT

SEGUICI SU SPOTIFY