

# MARKETING PER STARTUP:

## Come impostare un piano strategico evitando errori e passi falsi



Barbara Bonaventura

[barbara.bonaventura@mentis.it](mailto:barbara.bonaventura@mentis.it)

Mentis.it    Experenti.com

Grazie a



Sponsor





## Barbara Bonaventura

Consulente in marketing strategico specializzata in progetti di alta innovazione.

<http://www.linkedin.com/in/barbarabonaventura>



1. i consumatori sono consapevoli di avere il problema che state cercando di risolvere?
2. se esistesse una soluzione, la acquisterebbero?
3. siamo in grado di sviluppare la giusta soluzione a questo problema?
4. la acquisterebbero da noi?

(di Mark Cook)

(CMA)

*Ciclo di feedback Creazione-Misurazione-Apprendimento*





ENEL

<https://www.youtube.com/watch?v=eyIbCsKKaGY>

VS

COCA COLA

<https://www.youtube.com/watch?v=lbb0tMFsyhw>

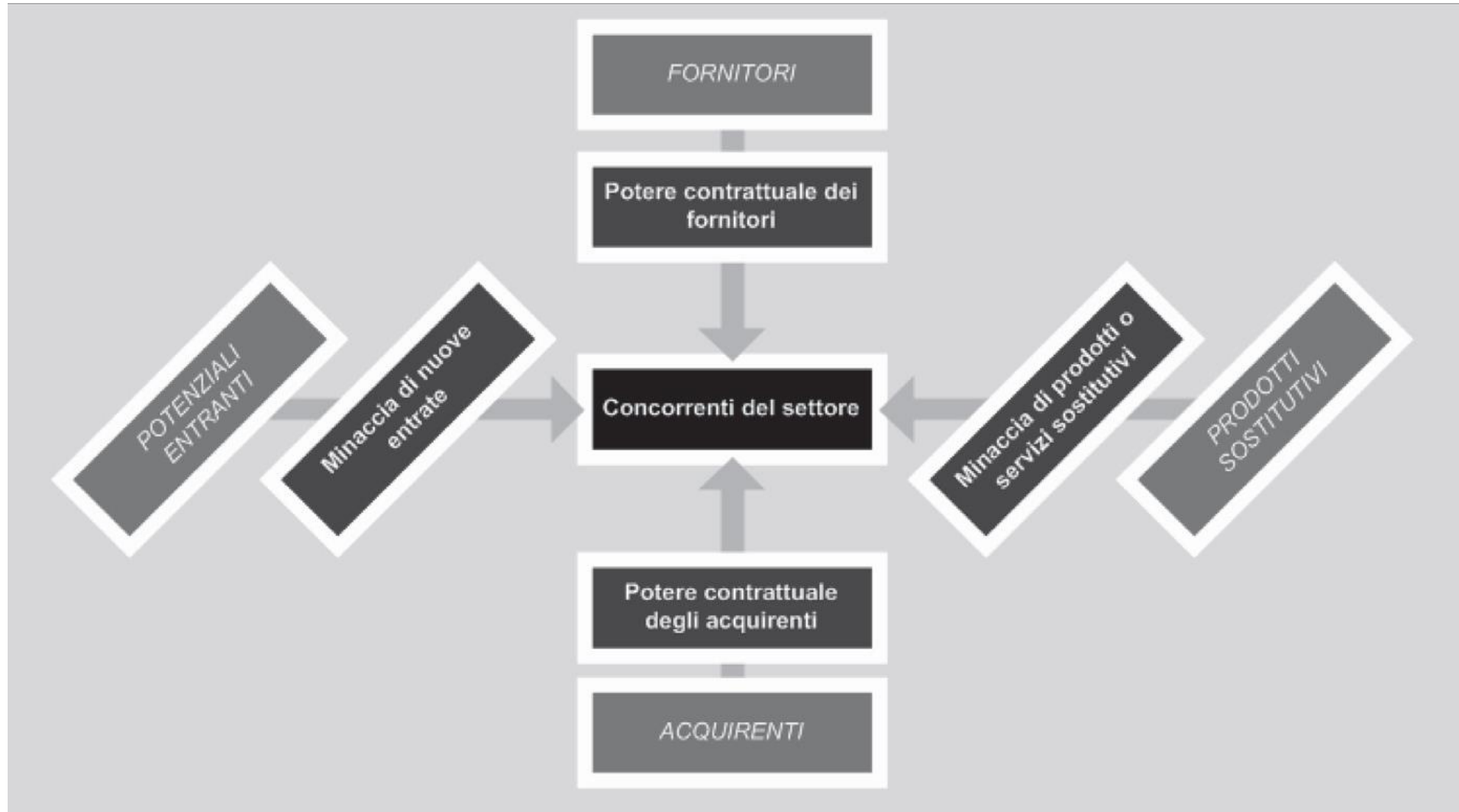






Ricordiamoci che dei  
nostri prodotti interessa  
solo a noi.

# 1. Chi sono i miei concorrenti?



## 2. Come si posizionano i miei concorrenti?

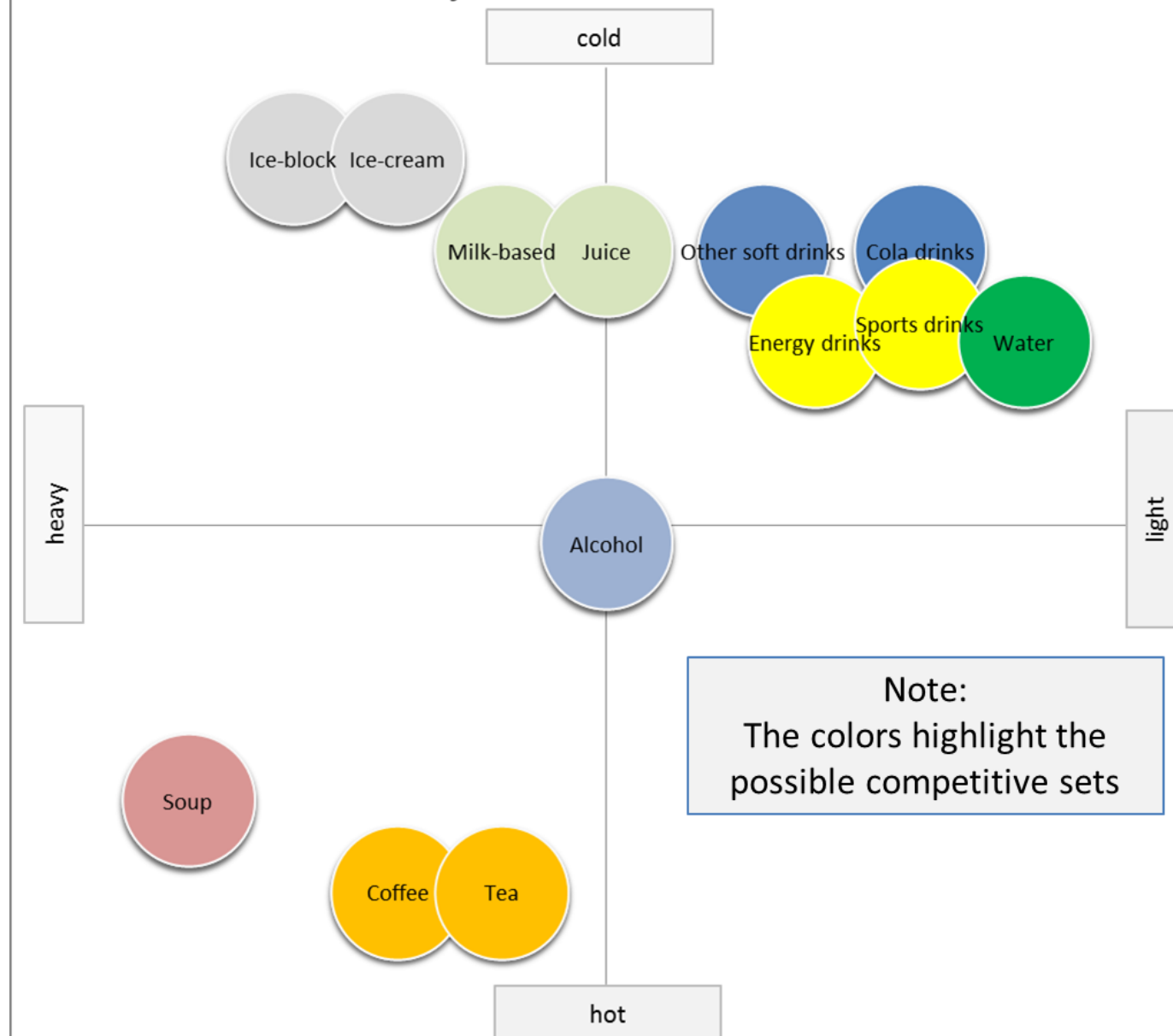
- tipologia e ampiezza di offerta;
- punti di forza;
- proposta di valore differenziante;
- tipologia di cliente servito;
- mercati coperti;
- punti di debolezza;
- slogan / payoff / campagne / messaggi pubblicitari.

# 3. Noi come siamo posizionati oggi?

- tipologia e ampiezza di offerta;
- punti di forza;
- proposta di valore differenziante;
- tipologia di cliente servito...

# 4. Disegniamo il mercato

## Products that Satisfy Thirst



## 5. Cerchiamo Oceani Blu e Prati verdi 😊



## 6. Creiamo il nostro spazio

# a. Posizionamento sugli attributi:

in questo caso, viene posto un forte accento funzionale. Sono le caratteristiche tecniche dell'offerta a costruire la promessa di valore differenziante.



## b. Posizionamento sui benefici:

Il beneficio individuato come differenziante può essere più o meno astratto fino ad arrivare alla soddisfazione di un'aspirazione.



# c. Posizionamento sul prezzo:

In alto o in basso



## d) Posizionamento sul problem solving:

In questo caso, il brand si propone come partner che affianca il cliente su determinate aree tematiche.

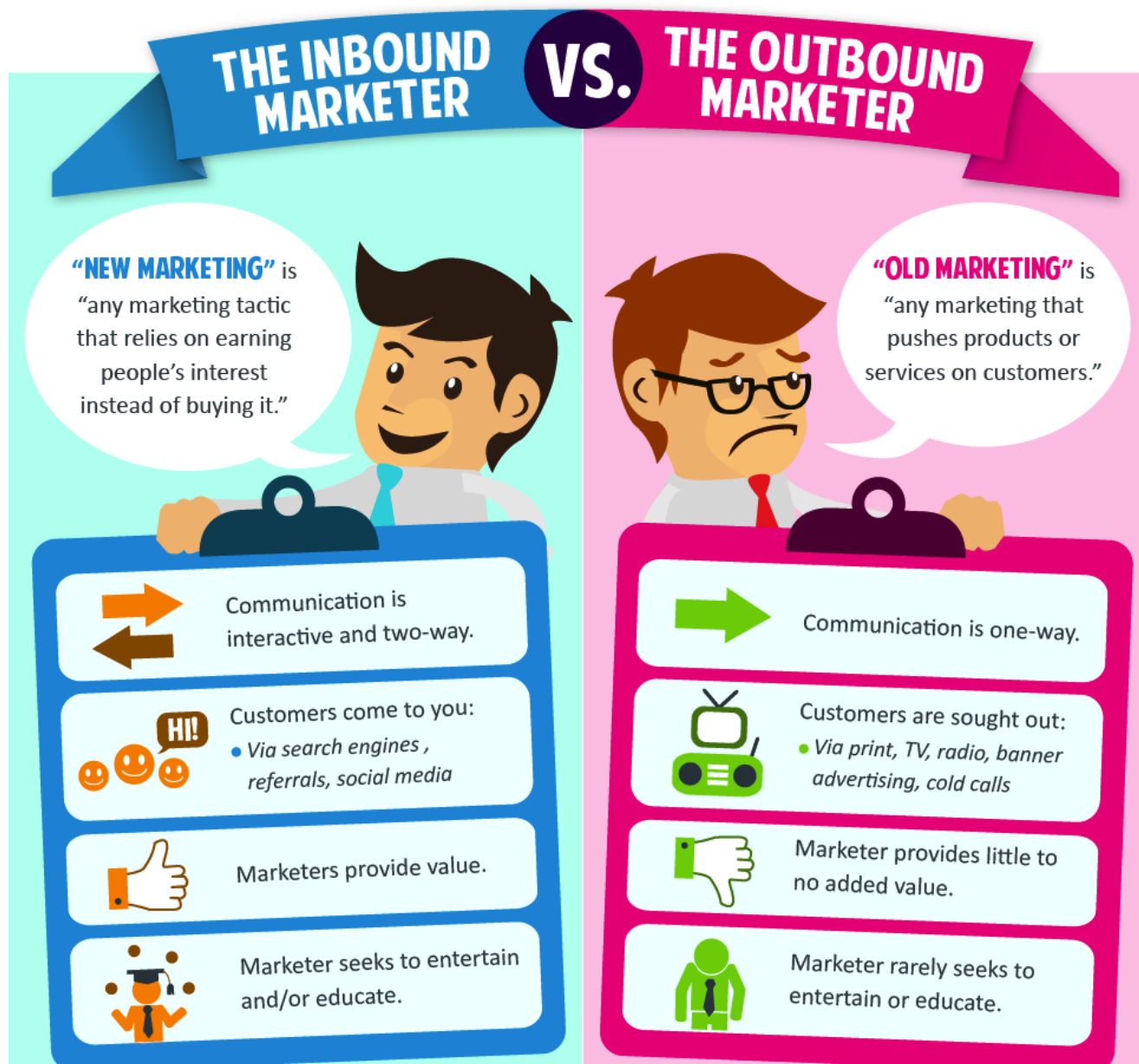
e. Posizionamento per occasione d'uso:



# Quando iniziare a parlare?

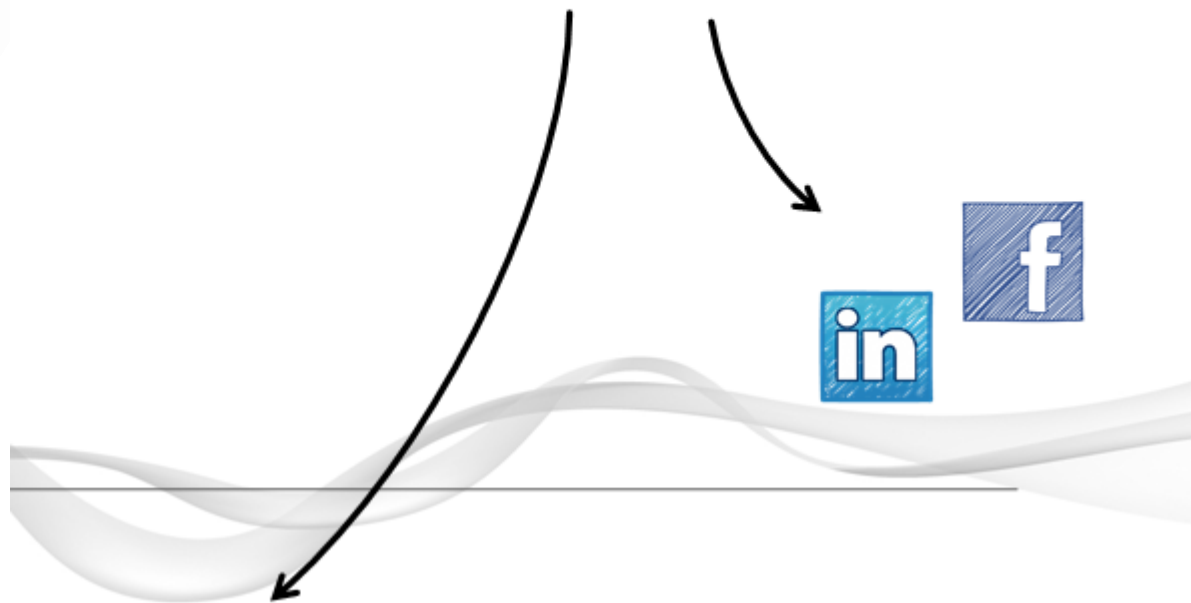








Per qualsiasi informazione o approfondimento **scrivetemi.**



barbara.bonaventura@mentis.it

# Q&A

Tutto il materiale di questa sessione su

<http://www.communitydays.it/>

Lascia il feedback su questa sessione,  
potrai essere estratto per i nostri premi!

Seguici su

Twitter @CommunityDaysIT

Facebook <http://facebook.com/cdaysit>

#CDays14

