



## Fondamenti di Marketing e Comunicazione

### Introduzione al Marketing: definizione, obiettivi, e funzioni

#### FASE 1: Definizione del Brand e del Target

1. Nome del Brand: scegli un brand esistente o inventane uno.
2. Descrivi il prodotto o servizio offerto.
3. Definisci il target principale:
  - Età, genere, interessi, comportamento d'acquisto.
  - Quali bisogni e desideri vuoi intercettare?
4. Analizza i competitor principali:
  - Quali sono i loro punti di forza e di debolezza?
  - In che modo puoi differenziarti?

#### FASE 3: Costruzione del Marketing Mix Moderno

1. Product → Come il tuo prodotto/servizio offre un'esperienza unica?
2. Price → Prezzo fisso o flessibile? Strategie di pricing?
3. Place → Canali di distribuzione online e offline?
4. Promotion → Quali strumenti di comunicazione utilizzerai?

#### FASE 2: Branding e Posizionamento

1. Formula la Value Proposition del brand, utilizzando la struttura:
  - "[Nome del brand] aiuta [target di riferimento] a [risolvere un problema o soddisfare un bisogno] attraverso [soluzione/prodotto] che offre [principale beneficio differenziante]".
2. Definisci l'identità del brand:
  - Logo, colori, tono di voce.
  - Quali valori vuoi comunicare?
3. Posizionamento:
  - Quale strategia di posizionamento scegli? (Es. qualità, prezzo, innovazione, valori)

# Fase 1 - Definizione del Brand e del target

## Nome Brand: *OnList*

### Prodotto/Servizio offerto

Il servizio tramite App o Pc che ti permette di ordinare la tua spesa in 10 minuti e che garantisce la consegna in 1 ora dall'ordine. Il servizio viene erogato da Buyer-driver certificati Onlist che coprono un raggio di 30 km dalla tua localizzazione. Tramite OnList infatti puoi decidere in quale Supermercato scegliere la tua spesa nel raggio di localizzazione impostato. L'app non solo offre il catalogo aggiornato dei prodotti dei supermercati trovati nelle tue vicinanze, ma offre una visualizzazione semplice e intuitiva, grazie a filtri in base a marche, prezzi, date scadenza e offerte.

### Target

**Età:** 18-50

**Genere:** Uomo/Donna

**Interessi:** Servizio adattabile a tutte le persone, specialmente a quelle persone che non hanno tempo o non vogliono sprecare tempo nel caos dei supermercati.

**Comportamento d'acquisto:**

- Veloce e pratico.
- Famiglie o single
- Per grandi città
- Stile di vita veloce, impegni costanti
- Accessibile a tutti

**Bisogni e desideri da intercettare:** La strategia di comunicazione viene strutturata puntando sull'efficienza ed efficacia di un servizio salva-tempo e veloce, senza eccessivi costi aggiuntivi.

### Principali Competitor

- 1) App di Esselunga
- 2) Amazon Fresh
- 3) Coop
- 4) Glovo
- 5) Carrefour

Questi competitor offrono un servizio esclusivo ai loro supermercati simile a quello proposto da OnList.

Nella prossima slide andiamo meglio ad analizzarli.



# Analisi dei Competitor

## Swot Analysis - Ottica Competitor

### Strengths

- Servizio tramite App
- Prodotti specifici del brand
- Vantaggi e promozioni del brand
- Fidelizzazione clienti

**S**

### Weaknesses

- Velocità ed efficienza del servizio
- App affidabile?
- Prodotti e prezzi solo del brand
- Disponibilità di fruizione del servizio

**W**

### Opportunities

- Mercato del servizio ancora in fase di sviluppo
- Ritmi di vita sempre più veloci
- Abbassamento del flusso di clienti sui supermercati
- Ottimizzazione personale

**O**

### Threats

- Nuovi servizi App innovativi
- Partnership con App per il servizio
- Investimenti per miglioramenti App del brand non redditizi
- Cambiamento della società e della GDO

**T**

# In che modo ci differenziamo?

Con l'App OnList vogliamo apportare un valore al tempo delle persone.

L'App OnList a differenza delle App dei competitor ti permette di:

- Scegliere il tuo supermercato preferito dove ordinare la tua spesa in base alla localizzazione.
- Sulla base dei prodotti inseriti nella tua Shopping List confrontare i migliori prezzi dei supermercati localizzati.
- Ordinare la tua spesa con pochi click e programmare l'orario di consegna.
- Servizio sempre attivo dalle 9.00 alle 21.00.
- Monitorare lo stato del tuo ordine.
- Possibilità di effettuare più ordini in diversi market.

Per gli abbonati PREMIUM anche la possibilità di estendere il servizio alle Farmacie.

---

# Fase 2 - Branding e Posizionamento

## Value proposition

**OnList** aiuta le persone ad ordinare ed effettuare la spesa direttamente attraverso un'App o da Pc che offre la possibilità di scegliere il tipo di supermercato, l'orario di consegna confrontando prezzi e orari; consentendo di risparmiare tempo e soldi da dedicare ai propri interessi e impegni.

## Brand Identity

**Idea Logo:** il logo prevede un foglio raffigurante una lista della spesa dove compare solo la scritta OnList, dove al posto della L c'è la spunta verde, così come segue:



**Mission:** ottimizzare le giornate delle persone, facilitando attività necessarie come la spesa, salvaguardando tempo e denaro.

**Vision:** prendersi cura delle persone alleggerendo le attività fondamentali.

**Tone of voice:** Leggero e divertente, giocando sul fatto che fare la spesa è uno spreco di tempo per molte persone.

## Posizionamento

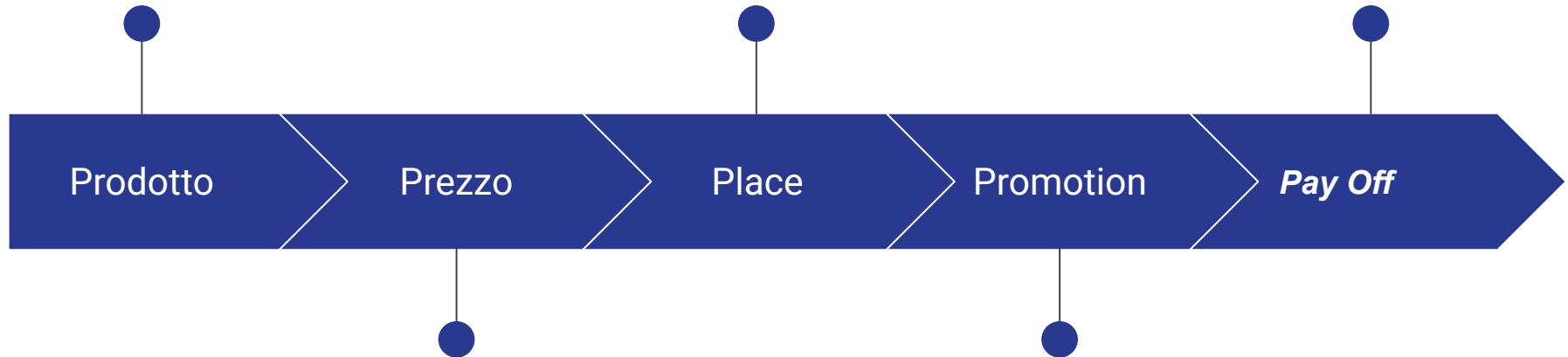
### La scelta di posizionamento:

- Alta innovazione (App e servizio)
- Valori sociali e sostenibili
- Fascia prezzo: medio-alta ma modulabile in base al tipo di servizio.

**OnList** offre un servizio unico perché non solo permette di risparmiare tempo che dovresti dedicare per fare spesa, ma ti permette di scegliere dove ordinarla, in quale giorno e orario confrontando prezzi e promozioni.

L'app è scaricabile su tutti i sistemi operativi (IOS, Android ec.).  
OnList per offrire un servizio eccellente stipula delle partnership con i supermercati per il cibo e Uber/Bolt per i driver/buyer.

**OnList → “Needs to be done”**



L'App prevede 2 strategie di Pricing:

- Costo del servizio a gettone, ovvero il cliente paga il servizio in base alla distanza e al quantitativo di spesa.
- Abbonamento mensile, dove con 19,99€ al mese puoi farti recapitare 4 spese a casa. Con l'abbonamento si può usufruire anche del servizio Farmacie.

Strumenti di comunicazione:

- Social (Meta, Tik Tok)
- Influencer
- Spot Tv in fasce orarie specifiche (pranzo, cena)