

## FASE 1 DEFINIZIONE DEL BRAND E DEL TARGET

### 1 NOME BRAND : SER VEGANO - CORSI & WORKSHOP

#### 2 DESCRIVI IL PRODOTTO O SERVIZIO OFFERTO :

OFFRIRE CORSI DI CUCINA E ALIMENTAZIONE SALUTARE, IMPARARE A NUTRIRSI IN MODO SANO, EQUILIBRATO E SOSTENIBILE (rispettando l'ambiente) CON INGREDIENTI AUTENTICI, ACCESSIBILI A TUTTI, GENUINI & NATURALI ( con genuini si intende l'uso di cibo privo o quasi di alterazioni industriali come ad esempio zuccheri aggiunti etc...). SI POTREBBERO AGGIUNGERE TANTE PAROLE CHE DESCRIVANO IL PROGETTO COME AD ESEMPIO LA PAROLA OLISTICO O LA PAROLA WELLNESS E TANTE ALTRE CHE DESCRIVANO A 360 I GRADI IL BENESSERE TOTALE DELLA PERSONA

BENESSERE:

FISICO

MENTALE

EMOTIVO

SOCIALE

SPIRITUALE

AMBIENTALE ETC ETC...

#### 3 DEFINISCI IL TARGET PRINCIPALE :

QUALSIASI PERSONA CHE ABBAIA IL BISOGNO E POI IL DESIDERIO DI ALIMENTARSI IN MODO PIU' SALUTARE O PERSONE CHE HANNO IL DESIDERIO DI INTRAPRENDERE IL CAMMINO PER DIVENTARE VEGANI,

IL TARGET DI PERSONE A CUI È RIVOLTO NON HA UN'ETA' SPECIFICA DAL MOMENTO CHE CHIUNQUE A QUALUNQUE Età PUO' SENTIRE IL BISOGNO DI ALIMENTARSI IN MODO PIU' SALUTARE PER LE ESIGENZE PIU' DIVERSE, NEL SENSO CHE UNA PERSONA PUO' DECIDERE DI CAMBIARE ALIMENTAZIONE PER SENTIRSI PIU' FORTE DAL PUNTO DI VISTA FISICO O/E MENTALE O PER ESEMPIO PER PROBLEMI DI SALUTE VALUTA L' IDEA CHE CAMBIARE ALIMENTAZIONE POTREBBE FARLA STARE MEGLIO, O PER ESEMPIO PER MOTIVI ETICI PREDILIGE UN AZIENDA CON DEI VALORI ETICI PIU' MARCATI E IMPRONTATI AD ESEMPIO ALLA SALVAGUARDIA DELL AMBIENTE NEL SENSO CHE USA PACKAGING RICICLATO O USA PRODOTTI CRUEL FREE, RISPETTO FORSE AI GRANDI SUPERMERCATI STRACONOSCIUTI E CHE SI ADOPERANO MENO DA QUESTI PUNTI DI VISTA, INSOMMA, I MOTIVI SONO O POSSONO ESSERE VERAMENTE TANTI E DIVERSI.

ETA':

IL TARGET DI PERSONE A CUI È RIVOLTO NON HA UN'ETA' SPECIFICA DAL MOMENTO CHE CHIUNQUE A QUALUNQUE Età PUO' SENTIRE IL BISOGNO DI ALIMENTARSI IN MODO PIU' SALUTARE PER LE ESIGENZE PIU' DIVERSE, ANCHE SE FORSE UNA CONSAPEVOLEZZA SU QUESTE TEMATICHE NASCE E SI SVILUPPA CRESCENDO E DIVENTANDO ADULTI RENDENDOSI MEGLIO CONTO DI CIO' CHE CI CIRCONDA,

COSA VOGLIO DIRE? QUANDO SI È ADOLESCENTI IN GENERE DIAMO PRIORITÀ AD ALTRE NECESSITÀ PIUTTOSTO CHE A UNA ALIMENTAZIONE SANA E CHE CI APPORTI BENEFICI, CRESCENDO INVECE, (sempre in generale) ACQUISIAMO PIU' CONSAPEVOLEZZA DI CHI SIAMO E DI COSA REALMENTE NECESSITIAMO.

QUINDI, FORSE, IL TARGET POTREBBE PARTIRE DAI 25/30 ANNI? NON SONO SICURO DI QUESTO..... METTO 25/30 FINO PROBABILMENTE 70 CIRCA..

GENERE :

RAGAZZI E RAGAZZE, UOMINI E DONNE, GIOVANI E MENO GIOVANI IL CUI INTERESSE È MIGLIORARE ATTRAVERSO L ALIMENTAZIONE LA PROPRIA QUALITÀ DI VITA.( IN TANTI SENSI)

COMPORTAMENTO D'ACQUISTO :

NON MI è CHIARISSIMO QUESTO PUNTO, OVVERO, SO COSA SI INTENDE CON COMPORTAMENTO D ACQUISTO CIOè I PROCESSI DECISIONALI CHE PORTANO IL CONSUMATORE A FARE APPUNTO L ACQUISTO, PERÒ IN QUALE MODO DOVRAI SVILUPPARE QUESTO PUNTO?

SU QUESTO SPECIFICO PUNTO POTREI SCRIVERE AD ESEMPIO PER QUALE MOTIVO LE PERSONE SI DOVREBBERO RIVOLGERE AL MIO PRODOTTO?..NON SONO PROPRIO SICURO , LEGGENDO I DIVERSI PUNTI DEL PRIMO ESERCIZIO CHE CI è STATO ASSEGNATO A VOLTE IL CONFINE TRA UN PUNTO E L ALTRO è LABILE..FORSE LA (TRA MILLE VIRGOLETTE BRAVURA) STA NEL FATTO DI RIUSCIRE AD AMALGAMARE BENE TUTTI I PUNTI RIUSCENDO ALLO STESSO TEMPO A DIFFERENZiarLI E RENDERLI CHIARI.

**QUALI BISOGNI E DESIDERI VUOI INTERCETTARE? :**

IL BISOGNO Già ESISTE OVVERO IL BISOGNO DI NUTRIRSI,IL DESIDERIO è QUELLO DI CAMBIARE ALIMENTAZIONE E NUTRIRSI MEGLIO,PIU' SALUTARE PER LE RAGIONI PIU' DISPARATE.

**4 ANALIZZA I COMPETITOR PRINCIPALI :**

**4-1 QUALI SONO I LORO PUNTI DI FORZA E DEBOLEZZA?**

UN ESEMPIO FINZIONE E UN PUNTO DI FORZA DEI COMPETITOR POTREBBE ESSERE IL FATTO CHE SONO PRESENTI SUL MERCATO DA SETTIMANE MESI ANNI PRIMA DI ME QUINDI, HANNO ESPERIENZA A DIFFERENZA MIA CHE STO INIZIANDO ADESSO AD ENTRARE IN QUESTO MONDO E STO ENTRANDO NEL MERCATO ORA.

**4-2 IN CHE MODO PUOI DIFFERENZiarTI?**

PER QUANTO RIGUARDA LA DIFFERENZIAZIONE MI VIENE IN MENTE LA PERSONALIZZAZIONE DELL UTENTE CON L UTENTE, IN CHE SENSO? NEL SENSO CHE POTREI ATTUARE DEI METODI APPUNTO PERSONALIZZATI CHE POSSANO IN QUALCHE MODO FIDELIZZARE L UTENTE PER POI MANTENERLO CON IL TEMPO AGGANCIATO AL MIO SITO, PIATTAFORMA ETC..  
PROPRIO COME FA APPLE CON I SUOI UTENTI.ME COMPRESO, PURTROPPO O PER FORTUNA.

IN CHE MODO CI SI PUO'DIFFERENZiare DAI COMPETITOR?CON LA PERSONALIZZAZIONE? PERSONALIZZAZIONE CHE SI METTE IN ATTO CON SCONTISTICA, ATTRAVERSO ABBONAMENTI E MEMBERSHIP MAGARI DANDO VANTAGGI A CHI PRIMA ARRIVA A CHI è DA PIU' TEMPO SUL SITO, CON RICETTE ESCLUSIVE O CORSI ESCLUSIVI, COLLABORAZIONI CON ESPERTI COME NUTRIZIONISTI, CHEF O PERSONALITÀ DEL MONDO WELLNESS, VENDITA DI EBOOK, PROGRAMMI DETOX ETC ETC, SONO DAVVERO TANTE LE OPZIONI CHE SI AVREBBERO A DISPOSIZIONE ..E NONOSTANTE TUTTO CREDO CHE OGGI QUASI CHIUNQUE APPLICHI Già TUTTO.

LA DIFFERENZIAZIONE POTREBBE ESSERE IL FATTO CHE IL SITO APPROCCI L ALIMENTAZIONE IN MODO PIU' OLISTICO CHE RACCHIUDA IN SE IL CONCETTO DEL WELLNESS OSSIA DEL VIVERE BENE, IN SALUTE,ETC ETC

**FASE 2 : BRANDING E POSIZIONAMENTO**

**VALUE PROPOSITION BRAND :** RENDERSI CURA DI SE STESSI ATTRAVERSO L'ALIMENTAZIONE, IL BISOGNO DI ALIMENTARSI SI TRADUCE NEL DESIDERIO DI STARE BENE... ??

**NOME BRAND : SER VEGANO**

“L'AIUTO” CHE PROPONE è SOSTANZIALMENTE MIGLIORARE LA QUALITÀ DELLA VITA ATTRAVERSO L ALIMENTAZIONE ESSENDO COSCENTI DEL FATTO CHE RIVOLGENDOSI AL BRAND SER VEGANO SI SOSTENGONO VALORI ETICI COME CRUEL FREE, RISPETTO DELL AMBIENTE (RICICLAGGIO), ETC..

**TARGET DI RIFERIMENTO :**

UOMINI E DONNE RAGAZZI E RAGAZZE GIOVANI E MENO GIOVANI CHE HANNO IL  
DESIDERIO DI MIGLIORARE LA PROPRIA QUALITÀ DELLA VITA ATTRAVERSO L'  
ALIMENTAZIONE  
CON LE CONOSCENZE CHE IL SITO GLI METTERÀ A DISPOSIZIONE  
CORSI, CORSI LIVE, CORSI IN SEDE

**PRINCIPALE BENEFICIO :**

MIGLIORE QUALITÀ DI VITA,  
PIU' ENERGICI  
VEDERSI MEGLIO  
SENTIRSI MEGLIO  
VITALITÀ

**PRINCIPALE BENEFICIO DIFFERENZIANTE??**

FORSE PUO' RISULTARE COMPLICATO DIFFERENZIARSI REALMENTE DAI COMPETITOR, CIO'  
CHE MI VIENE IN MENTE QUANDO PENSO A QUESTO PUNTO È SOSTANZIALMENTE FARE IL  
PROPRIO, COME QUANDO SI DICE TU FAI IL TUO E VAI AVANTI  
NEL SENSO, PERSISTERE SU CIO' CHE SI STA FACENDO SU CIO' SU CUI SI CREDE E  
CONTINUARE... PROPORSI ATTRAVERSO I SOCIAL ATTRAVERSO APPUNTO I CANALI DI  
DISTRIBUZIONE.. E ANDARE AVANTI...SPERO SIA CAPIBILE CIO' CHE INTENDO DIRE.

**IDENTITA' BRAND :**

AMICHEVOLE, CASUAL, DIVERTENTE, ALLA MANO, MORBIDO, COME È BEN VISIBILE DAL  
LOGO, TONO MORBIDO, FAMILIARE, QUALCOSA CHE DIA L'IDEA O LA PERCEZIONE FIN  
DAL PRIMO SGUARDO DI FARTI SENTIRE AL SICURO IN UN AMBIENTE ACCOGLIENTE E  
CALOROSO COME TRA LE BRACCIA DI UNA MADRE CHE TI AMA O QUALCOSA DEL  
GENERE...SPERO SIA CAPIBILE CIO' CHE SI INTENDE TRASMETTERE

UN PO COME QUANDO SI USA UN TONE OF VOICE TOV ANDANTE SULL' ESSERE  
AMICHEVOLE PERCHÈ STIAMO COMUNQUE PARLANDO DI ALIMENTAZIONE CHE SI È  
IMPORTANTE MA SENZA ESAGERARE CON L'ESSERE SERIO O SERIOSO.



Didascalia

**POSIZIONAMENTO :**

**QUALE STRATEGIA DI POSIZIONAMENTO SCEGLI? (ESEMPIO: QUALITA' PREZZO INNOVAZIONE VALORI)**

IL SITO WEB METTE A DISPOSIZIONE TOOLS OVVERO STRUMENTI, CONOSCENZE ALIMENTARI SANE NATURALI ACCESSIBILI A TUTTI PER DARE LA POSSIBILITA' A

CHIUNQUE LO DESIDERI DI CAMBIARE LA PROPRIA VITA IN MEGLIO ATTRAVERSO L' ALIMENTAZIONE

SI POTREBBE UTILIZZARE INSTAGRAM PER AVERE ACCESSO A UN' AMPIA' VISIBILITA' DA PARTE DI PERSONE INTERESSATE A UN ALIMENTAZIONE SANA NATURALE E ACCESSIBILE PROBABILMENTE INSTAGRAM DARA' VISIBILITA' AL SITO AD UN PUBBLICO DI PIU' GIOVANI E DINAMICI PERMETTENDO A MOLTI UTENTI DI SCOPRIRE IL MIO PROGETTO ED INTERAGIRE CON ME E I MIEI CONTENUTI.

FACEBOOK AL CONTRARIO UN PUBBLICO CHE VA DAI 35/40 IN SU? NON SAPREI

**PREZZO :** CREDO SIA PARTICOLARMENTE COMPLICATO DARE UN PREZZO DAL MOMENTO CHE SUL MERCATO LETTERALMENTE UNA MAREA DI CREATORI CHE SI INVENTANO DI TUTTO, LA CONCORRENZA è ALTISSIMA ED è DIFFICILE PENSARE A QUALCOSA CHE NON SIA GIÀ STATO PENSATO ( PER QUESTO MOTIVO PRIMA DICEVO CHE QUANDO PENSO A QUESTO PUNTO L' UNICO PENSIERO APPUNTO CHE MI VIENE IN MENTE E'...FAI IL TUO E VAI AVANTI SENZA PRETENDERE DA TE STESSO DI ESSERE IL NUOVO INNOVATORE DI NULLA)

TUTTO QUESTO PUO' FAR RISULTARE UN PO COMPLICATO DEFINIRE UN VALORE UNICO E DISTINTIVO PER I PROPRI CONTENUTI, SE NON PER IL FATTO CHE LO ABBIA FATTO TU,(NEL SENSO CHE QUALUNQUE PERSONA SA PIU' O MENO CIO' CHE VALE MA APPUNTO COME COMUNICARLO AGLI ALTRI IN MODO UNICO UNICO E DISTINTIVO?)

**FASE 3 COSTRUZIONE DEL MARKETING MIX MODERNO****1 COME IL TUO PRODOTTO SERVIZIO OFFRE UNA ESPERIENZA UNICA?**

ESEMPIO: CORSI LIVE, CORSI LIVE INTERATTIVI O VIDEO CORSI

PICCOLI GRUPPI PER I CORSI LIVE IN MODO CHE CI SI POSSA SENTIRE A PROPRIO AGIO E SIA PIU' SEMPLICE LA COMUNICABILITA' TRA I PARTECIPANTI E CHI INSEGNA (QUESTO POTREBBE PERMETTERE UN MIGLIORE APPRENDIMENTO

**2 PREZZO FISSO O FLESSIBILE, STRATEGIE DI PRICING? ???**

**FINE**

HO TRALASCIATO QUALCHE PUNTO PER IL FATTO CHE A VOLTE I CONFINI TRA UNO E L ALTRO SONO O SEMBRANO LABILI, NON SO SE EFFETTIVAMENTE SIA COSI O SEMPLICEMENTE QUESTO SIA DOVUTO AL FATTO CHE ANCORA NON HO PADRONANZA DELLA MATERIA, COME DICEVO SOPRA FORSE LA BRAVURA STA NEL FATTO DI AMALGAMARE IL TUTTO RIUSCENDO COMUNQUE AD ESSERE DISTINTIVO E UNICO NEL SENSO DI RIUSCIRE A SPECIFICARE E RENDERE INCISIVI E BEN IDENTIFICATI ALMENO I PUNTI CHIAVE

LUCA