

SETTORE DI
APPARTENENZA
AZIENDA CLIENTE
Apicoltura

ESIGENZA E RISULTATI ATTESI

L'Azienda, piccola realtà nell'ambito dell'Apicoltura, vuole avviare una riorganizzazione e riposizionamento aziendale al fine di penetrare in nuovi mercati attraverso **un'immagine di qualità e sicurezza del prodotto, mantenendo un carattere squisitamente artigianale.**

Effettua vendita prevalentemente al dettaglio, partecipando a fiere e mercatini locali, l'obiettivo è rivolgersi al Trade.

SCHEMA DELL'INTERVENTO

Creare un'immagine integrata, immediatamente riconoscibile dal mercato **DIFFERENZIARE**, in modo da condurre l'area della competizione tra prodotti ad un livello differente dalla mera Price Competition.

Gli interventi di marketing dovranno valorizzare le produzioni dell'Apicoltura, restituendo ad esse **un'identità legata al territorio, al produttore, alle tecniche utilizzate.**

Trasmettere e sfruttare il valore di una qualità elevata.

Comunicare **l'elevata qualità dei prodotti e servizi** che si offrono per contrastare la concorrenza e per poter **penetrare in un nuovo segmento di mercato** rappresentato dal **TRADE**: erboristerie, negozi, supermercati

Occorre valorizzare al meglio i prodotti dell'apicoltura mancini, con modalità di confezionamento adeguate, predisponendo confezioni di varie grandezze, dalle più piccole alle più grandi (attualmente esistono le confezioni da 400g, 500g e 1kg) per la vendita diretta e la distribuzione.

Potrebbero essere anche organizzate confezioni piccole, che stimolino l'assaggio, rappresentando una soluzione valida per la promozione del proprio miele.

SINTESI E CONCLUSIONI

E' stata elaborata l'immagine coordinata, inerente l'aspetto grafico/estetico del prodotto.

La progettazione del **Packaging** è stata realizzata al fine di suscitare interesse nel consumatore e costituire valore aggiunto per il prodotto.

Altro elemento strategico è il **marchio**.

Importante per conquistare e confermare la propria parte di mercato, che "firmi" la qualità e la riconoscibilità dell'Azienda.

L'etichetta capace di evidenziare la naturalezza e la genuinità dei prodotti, con fattori che costituiscano un impatto di sostegno alla vendita.

Come primo step alla revisione dell'immagine del prodotto è stata associare la realizzazione di una **Brochure Prodotti**, che veicoli l'immagine aziendale e la presentazione dei prodotti.



CASE HISTORY

**Sales
Maker**

IL MIGLIORAMENTO DEI
RISULTATI DI VENDITA

www.salesmaker.it
info@salesmaker.it
Tel. 0331/677894