

CAMBIA IL MERCATO, CAMBIA IL CONSUMATORE, CAMBIANO LE REGOLE DEL MARKETING

I brand sono diventati mondi ai quali le persone vogliono appartenere: attraverso tutti i touchpoint disponibili, per il brand è molto importante lavorare in sintonia, coniugando lo stesso messaggio utilizzando tutti i canali a disposizione, sia fisici che virtuali, nel quale l'utente finale si senta assicurato. I punti vendita più evoluti stanno sposando le filosofie di brand dei produttori, non annullando la propria, bensì evolvendola in un brand cappello sotto il quale far vivere i vari brand partner, sfruttando al massimo l'effort di comunicazione che i produttori sviluppano. Punto di svolta strategico per poter evolvere integrando reale e virtuale.



Sono convinto che le aziende produttrici hanno compreso il momento storico e l'evoluzione in atto. Durante i grandi eventi, ad esempio, abbinano spesso ad una presenza fisica anche attività virtuali e digitali. E' difficile invece spostare più a valle questa consapevolezza per cavalcare questo mondo virtuale, dove l'abitudine a fare le cose come si è sempre fatto rallenta parzialmente lo sviluppo. Quindi, le strategie devono essere volte a supportare sempre più i partner commerciali, architetti e installatori, in questa nuova parte dell'interazione con i clienti finali. Sicuramente i vari portali consentono di interagire con i diversi target: contenitori per architetti dove è possibile trovare materiali, immagini, disegni tecnici, per poter sviluppare il loro progetto con un supporto completo ed esaustivo. Megius inoltre da diversi anni offre ai suoi clienti attraverso il proprio sito web la possibilità di sfruttare le potenzialità di un configuratore docce all'avanguardia nel settore dell'arredobagno, dove chiunque può raffigurare la propria doccia scegliendo posizione dei muri, forma del piatto, tipo di apertura, e all'interno delle combinazioni possibili visualizzare anche le finiture. Questo permette di avere un'immagine del prodotto scelto e agevolare il buon fine della vendita, soprattutto quando il prodotto o la finitura scelta non sono presenti nello showroom. Oltre a ciò, l'utilizzatore ha la possibilità di avere i codici del prodotto per poi completare l'ordine e la disponibilità on line del magazzino di prodotti finiti, aggiornato ogni 30 secondi.

Andrea Lanza, Responsabile Marketing Megius Spa