

Economia Aziendale Museum of Brands – Scheda di lavoro

Questa scheda di lavoro sull' Economia Aziendale va utilizzata durante la visita al Museum of Brands. Dato che le domande si riferiscono a varie sezioni del Museo, potrebbe essere necessario fare il percorso piu' di una volta.

1. Visitando il nostro Time Tunnel fai attenzione a come prodotti e servizi sono promossi attraverso il packaging e la pubblicita'. Cerca di trovare un prodotto che utilizzi ciascuno di questi elementi nella propria promozione. La prima riga e' gia' stata completata.

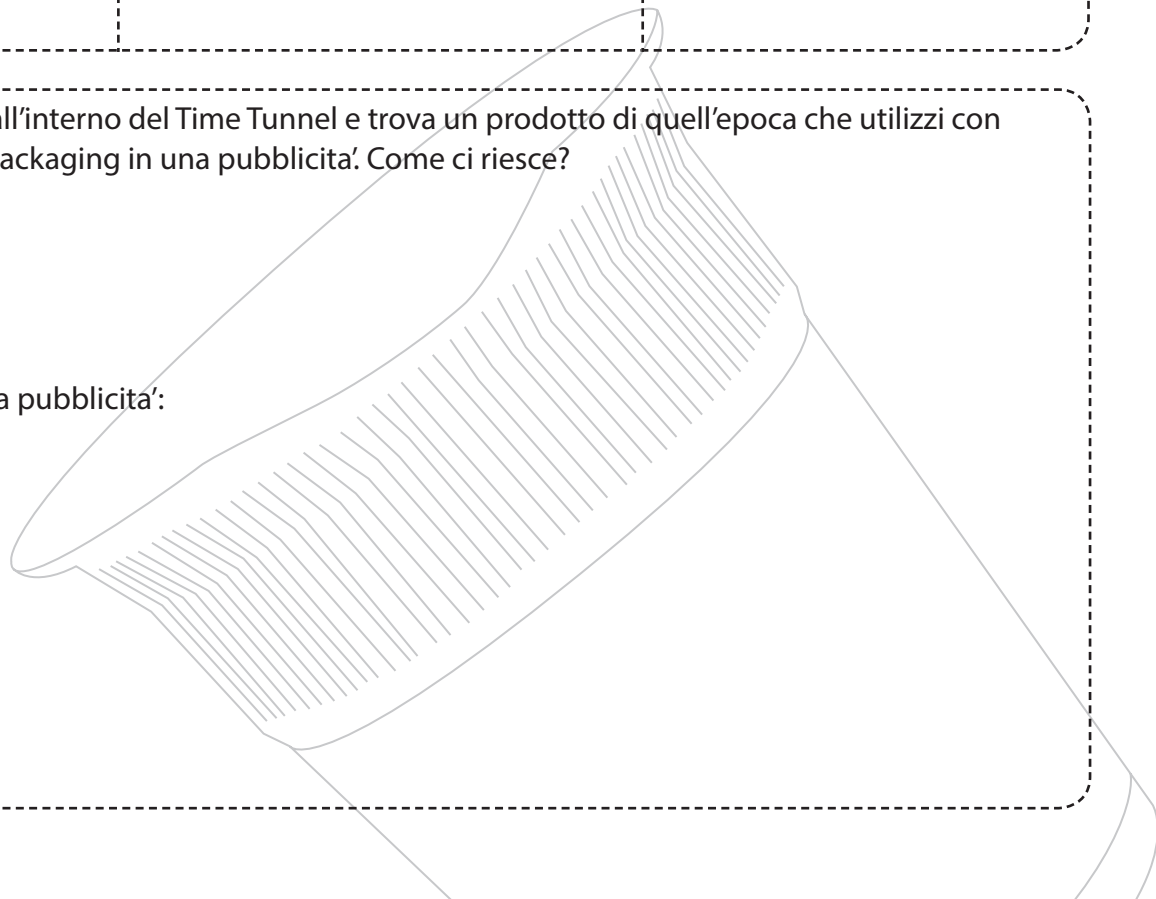
Soggetti	Prodotto	Periodo
Causa / campagna	Oxo	1910
Celebrita'		
Sponsorizzazioni		
Testimonials		
Co-branding		
Eventi		

2. Scegli un decennio all'interno del Time Tunnel e trova un prodotto di quell'epoca che utilizzi con successo il proprio packaging in una pubblicita'. Come ci riesce?

Decennio:

Prodotto:

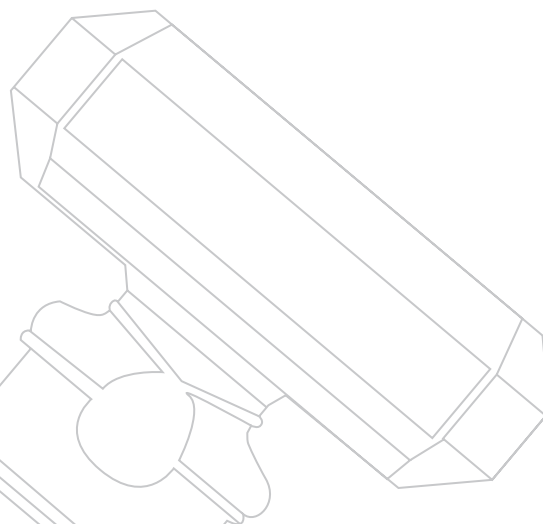
Elementi chiave della pubblicita':



3. Vari prodotti nel Museo sono progettati per catturare l'attenzione dei bambini. Focalizzati su un periodo o un decennio e scegli tre prodotti che spiccano per questo motivo.
Era or decade:

Prodotto	Quali elementi attirano l'attenzione?

4. Potresti notare un cambiamento nel modo in cui oggi i marchi commercializzano prodotti che sono tradizionalmente rivolti ai bambini. Chi o cosa potrebbe avere influenzato questi marchi a cambiare le loro strategie pubblicitarie?



5. Nella sezione del Time Tunnel dedicata agli anni Novanta vengono mostrati alcuni esempi di prodotti "ecosostenibili". Quali sono le principali caratteristiche di questi prodotti e cosa li distingue dagli altri prodotti dello stesso periodo?



6. Vai alla sezione 'Branding' del Museo. Trova due prodotti di cui non avevi mai sentito parlare. Per ciascuno, descrivi il tipo di prodotto e i suoi potenziali consumatori.

a) Marchio:

Tipo di prodotto:

Target:

b) Marchio:

Tipo di prodotto:

Target:

Quale di questi due prodotti credi che riesca meglio a raggiungere i propri potenziali acquirenti, e perché?

7. Non sono soltanto i marchi ad evolvere nel tempo, ma anche il modo in cui essi vengono commercializzati. In che senso pensi che il lavoro dei moderni professionisti del marketing sia diverso dai loro equivalenti:

a) Nell'era vittoriana ed edoardiana

b) Negli anni Cinquanta

8. Quali pensi che siano le principali sfide che i professionisti del marketing devono affrontare al giorno d'oggi?