

Marketing

Museum of Brands Worksheet

Questa esercitazione di Marketing costituisce uno strumento di lavoro da utilizzare durante la visita al Museum of Brands. Poichè le domande in essa contenute fanno riferimento a diverse sezioni del Museo, sarà probabilmente necessario visitare alcune aree più di una volta.

1. Procedendo lungo il "Time Tunnel" osserva il modo in cui la definizione della brand identity e la promozione di prodotti e servizi siano state ottenute mediante l'uso di testi ed elementi figurativi. Cercane degli esempi considerando gli elementi di seguito riportati e completa la tabella. Qual'è il primo esempio in ordine cronologico per ciascuna delle voci? La prima riga è già stata completata a titolo di esempio :

Elemento	Prodotto	Data
Paese	Scatola di latta per biscotti commemorativa del Giubileo della Regina Vittoria	Età Vittoriana
Co-branding		
Personaggio famoso		
Sponsorizzazione		
Testimonial		
Campagna di sensibilizzazione		
Evento		

2. Importanti eventi socio-politici, come ad esempio la Seconda Guerra, hanno sensibilmente influenzato, già a partire dalla metà del XIX secolo, le tecniche del linguaggio del marketing.

Elenca di seguito 4 avvenimenti e spiega, per ciascuno, in che modo l'influenza sopra descritta si manifesta:

a) Evento:
Conseguenze:

b) Evento:
Conseguenze:

c) Evento:
Conseguenze

d) Evento:
Conseguenze:

3. Nella sezione "Branding" del Museum alcuni prodotti potrebbero attirare la tua attenzione più di altri, pur trovandosi esposti nelle stesse vetrine. "Windolene", per esempio, risalta grazie al caratteristico colore rosa della confezione.
Scegli un altro prodotto che secondo te si distingue rispetto ad altri, descrivine brevemente le caratteristiche e gli elementi che lo differenziano.

4. Scegli un prodotto che, al contrario, ti colpisce per il suo essere anonimo o poco interessante. Descrivilo sinteticamente e spiega le ragioni che, a tuo avviso, lo rendono poco memorabile.

5. Individua due marche di cui non hai mai sentito parlare. Descrivi, per ciascuna, il tipo di prodotto e spiega a quale segmento di mercato si rivolge.

a) Marca:

Tipo di Prodotto:

Segmento target:

b) Marca:

Tipo di Prodotto:

Segmento target:

Secondo te, quale di questi prodotti si rivolge con maggiore efficacia al target a cui è destinato?
Perchè?

6. I seguenti marchi sono stati riposizionati sul mercato nel corso degli anni, alcuni di essi anche più di una volta.

Sceglينه uno e descrivine le modalità di riposizionamento.

a) Lucozade b) Kia Ora c) Rowntree's Cocoa d) Horlicks e) Camp

7. Quale prodotto ha subito il minor numero di cambiamenti nel tempo?

Se tu fossi il Brand Manager responsabile di questo prodotto, quali elementi ti farebbero considerare un cambio di immagine o "re-branding"?