

Le leve del Marketing

I fattori del successo

4 *P* del Marketing

- **Product**
- **Price**
- **Place**
- **Promotion**

Le leve del Marketing

Prodotto

Un Cliente, un Prodotto

8 Collezioni, 20 linee a Collezione, 10 modelli ogni linea, decine di varianti per ogni modello

Da una Collezione globale ad una Collezione locale

Progetto Scout (clienti 'antenna')



Le leve del Marketing

Prodotto: Progetto Scout



La partenza: Ricerca “on the road” e Strategia dell’ascolto

3 fasi: Tendenze moda stili di vita e abitudini, Visite ai mercati leader, Confronto su idee e Sintesi

Contributi da Clienti, Rappresentanti (Management Day), Fornitori, Modellisti

Risultati: Ampiezza della gamma



Le leve del Marketing

Prezzo

Cambiano i parametri della competizione globale

DE-localizzazione NO, RI-localizzazione SI

Razionalizzazione dei costi

Scuola Manas



Le leve del Marketing

Prezzo: Scuola Manas

“Lezioni” a fornitori, terzisti, collaboratori

Metodo del miglioramento continuo

Know how a disposizione di tutto il distretto



Le leve del Marketing

Place (Distribuzione)

Cambia il rapporto con il Cliente

Cliente come socio in affari

Creare Valore

Sistema di Relazioni vincente: la Vera Innovazione



Le leve del Marketing

Place: Il Sistema di Relazioni vincente

Sistema di relazioni

Strategia dell'ascolto

Rapporto col territorio



MANAS

Le leve del Marketing

Promozione

Creare emozione intorno ai marchi

Investimento progressivo

2005 - Miss Italia



Le leve del Marketing

I fattori del successo

4 *P* del Marketing

- **Product**
- **Price**
- **Place**
- **Promotion**

+ Quinta *P* di Person

LA PASSIONE PER LE PERSONE

Le Quinta “P” del Marketing

Passione per le Persone

La persona al centro

Condividere progetti, obiettivi, sogni

Dalla gestione alla valorizzazione delle persone



Piano Marketing 2007/2010

Strategia 1: Rafforzamento dei marchi

Brand è la bussola per orientare gli acquisti

Marchio come difesa dalle produzioni a basso costo

Investimenti sul marchio



MANAS

MANAS DESIGN

MANAS LEA FOSCATI

MANAS

MANAS DESIGN

MANAS LEA FOSCATI

Piano Marketing 2007/2010

Strategia 2: Sviluppo Area Retail

Negozi di proprietà, in franchising, in partnership, “shop in shop” e corner

Da Riccione a Pechino

Progetto Manas Crea Valore: il negozio di cartone



Manas Crea Valore

Idea & progetto

Corner, shop in shop... contenitori di sogni

Cartone: innovazione e semplicità

Corner, Shop in shop ... regali da scartare



Manas Crea Valore

Il negozio in cartone

Semplice, eco-compatibile, innovativo



Manas Crea valore

Il negozio in cartone

Anima di luce IGUZZINI



Manas Crea valore

Il negozio in cartone

Architettura d'interni

