

Prof.ssa Elena Cedrola

elena.cedrola@unimc.it

<http://docenti.unimc.it/docenti/elena-cedrola>

CORSO DI ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE E MARKETING A.A. 2013-2014

Programma ⁽¹⁾

- Il marketing e il suo ruolo nell'impresa
- I concetti fondamentali del marketing
- Gli orientamenti dell'impresa nei confronti del mercato: orientamento alla produzione, al prodotto, alla vendita, al marketing, al marketing sociale
- Il comportamento di acquisto dei consumatori e delle organizzazioni

Nivea Temporary Shop Milano – Corso di Porta Ticinese

22 Maggio 2007

Cosa è stato fatto?

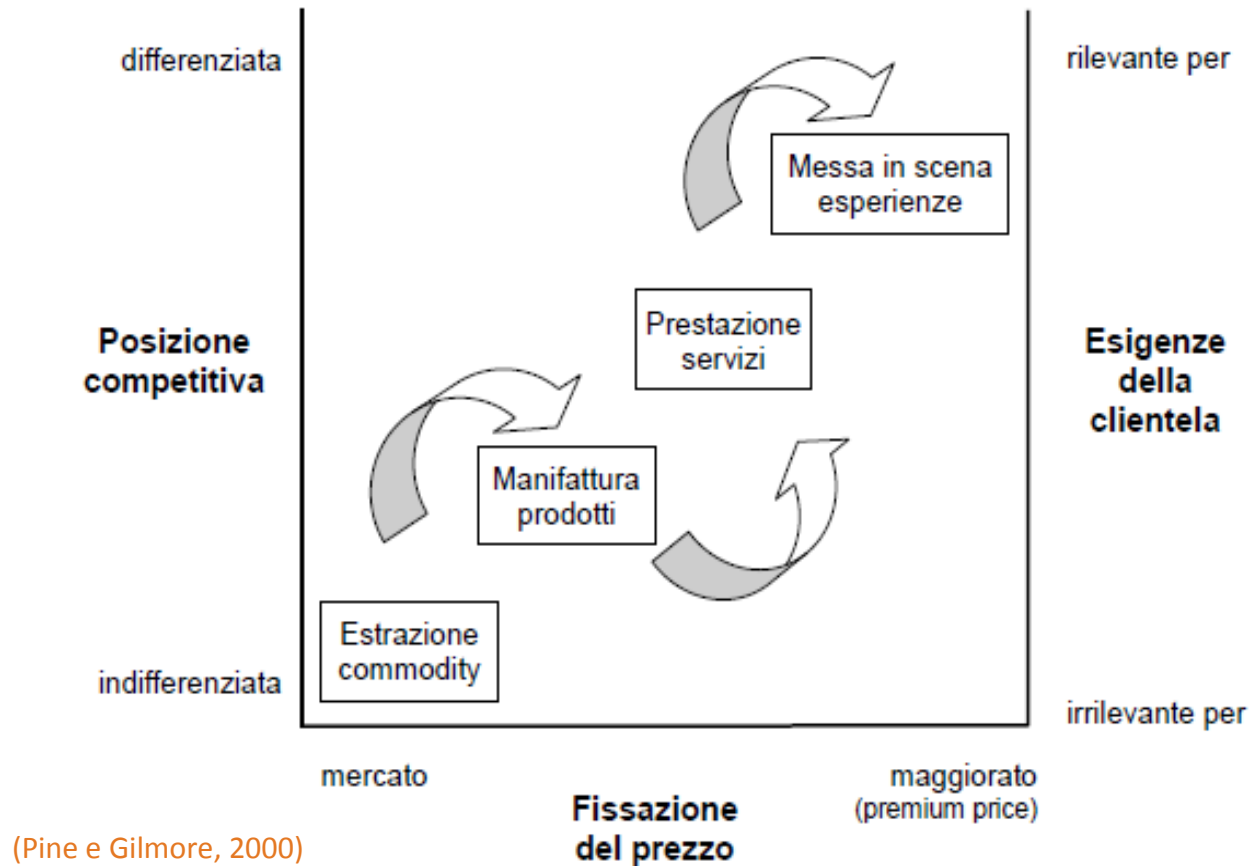
Ideare un'attività dedicata al pubblico per far provare l'esperienza dell'intera gamma dei prodotti Nivea.

- Nivea apre il suo primo Temporary Shop Europeo a Milano, nell'epicentro della vita cittadina: alle Colonne di San Lorenzo. Uno spazio emozionale per far vivere al target uomo/donna l'intera esperienza dei prodotti Nivea.
- Quattro i trattamenti gratuiti riservati al pubblico all'interno dello shop: mani, trucco, barba e capelli. Mentre l'intera gamma dei prodotti è proposta e venduta insieme a merchandising realizzato ad hoc.
- Nei quattro venerdì di apertura del Temporary, Nivea offre un aperitivo assolutamente esclusivo sulle note dei DJ di RMC2, media partner dell'intera iniziativa.

Risultati:

- 30 giorni di apertura
- 14.000 prodotti venduti
- 2.000 contatti agli aperitivi
- 60.000 visitatori totali

La progressione del valore economico



Un modello e alcuni esempi



Hard Rock Cafè - Londra



Hotel Alexander Palace - Pesaro



Room 126: “Le Gemelle” di Mario Logli



Davide Dall'Osso, “Gli angeli”



- Video e caso Fornarina

Riferimenti libro di testo

➤ Blythe Cedrola Cap. 3