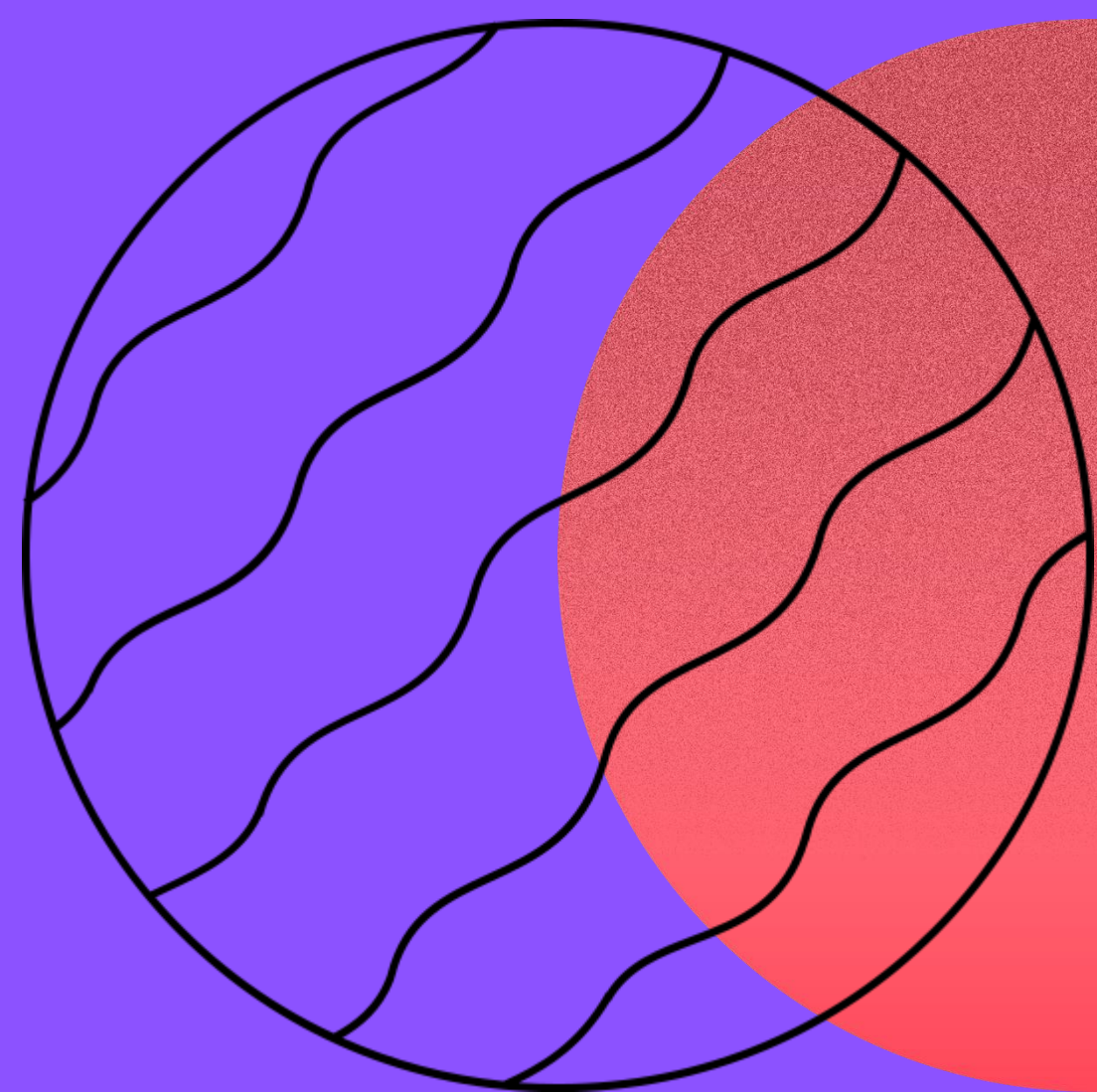
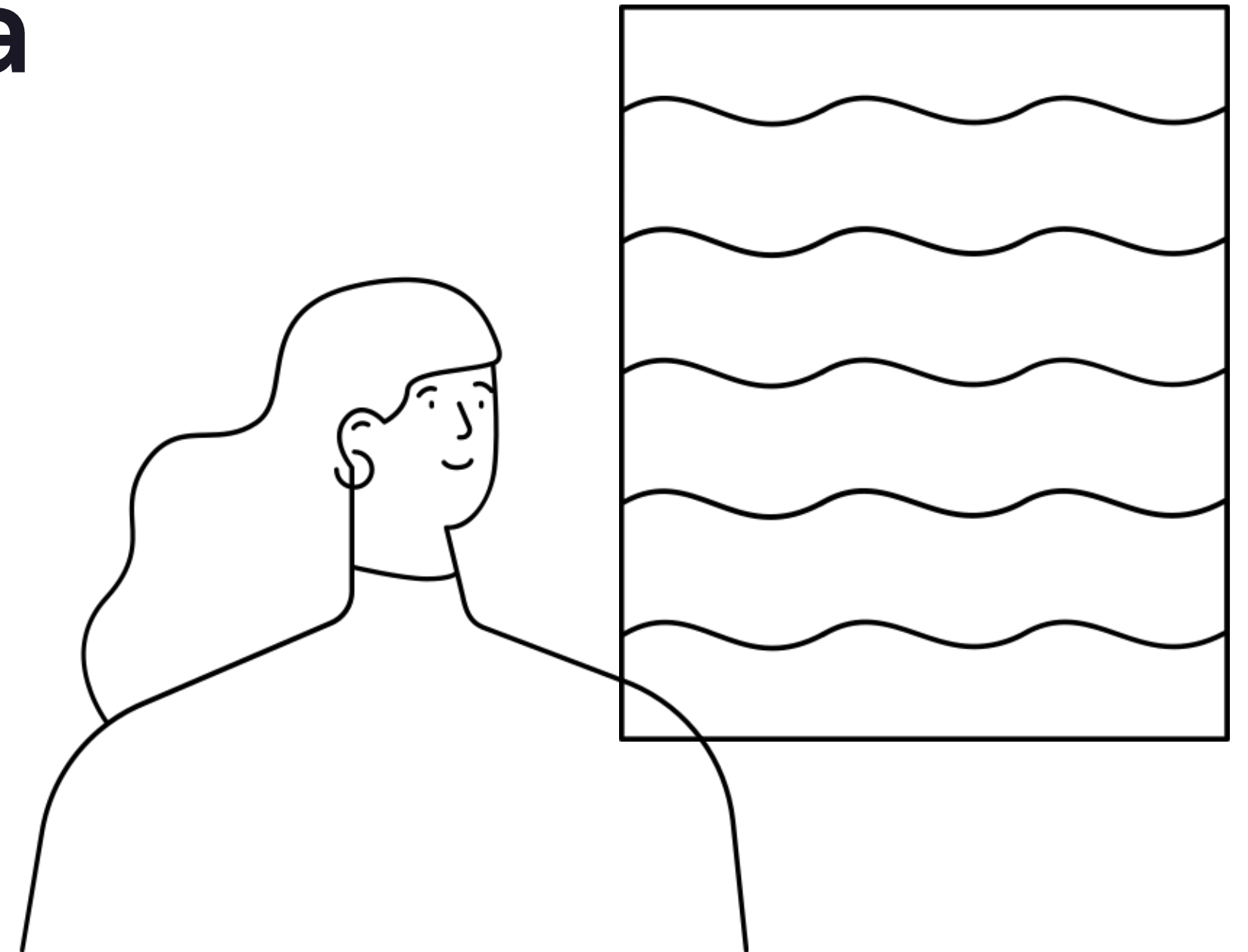


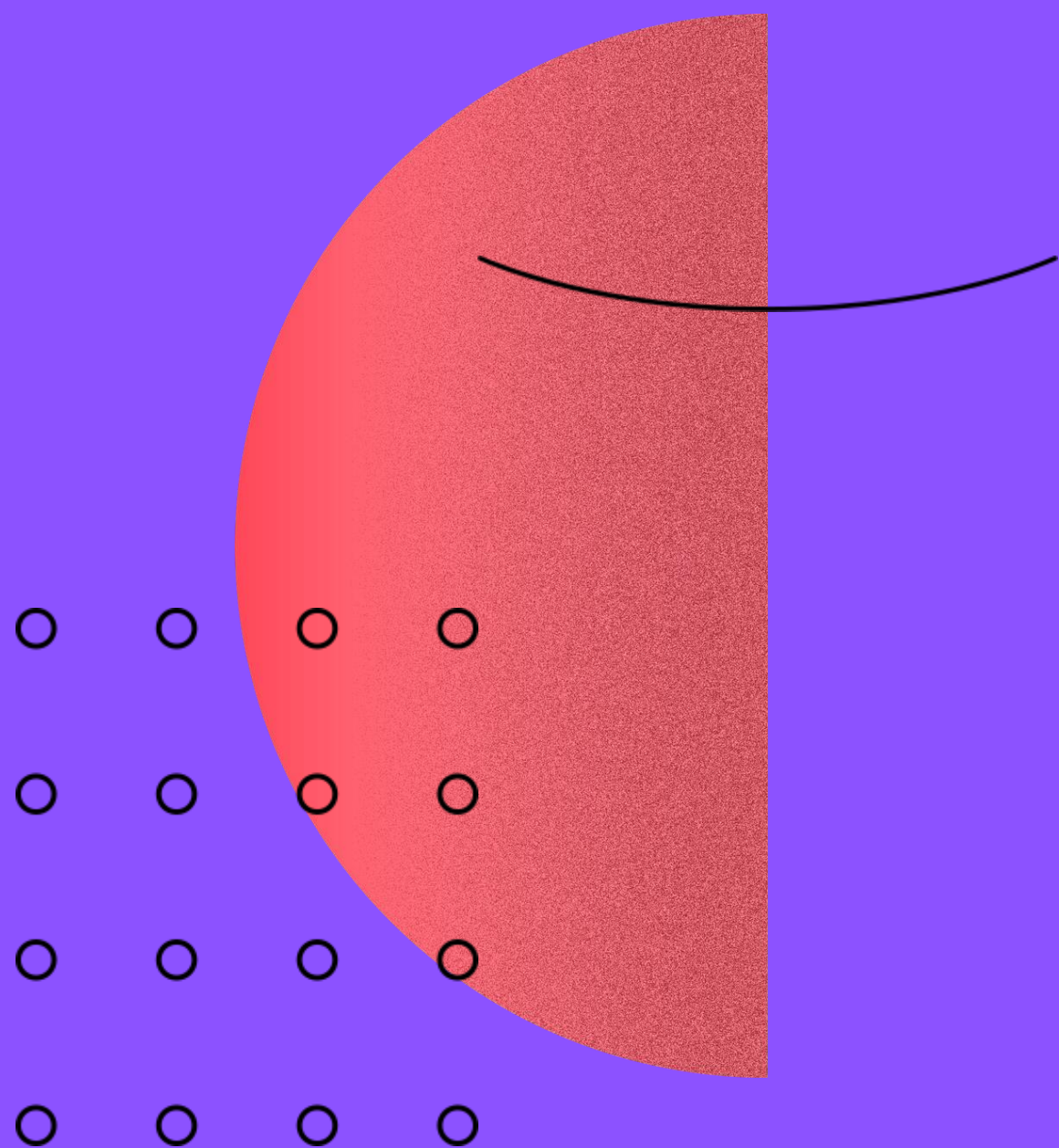


**Non torneremo
alla normalità!**

**Oggi il vero pericolo per
un'impresa è pensare
che si possa tornare alla
vecchia "normalità"**



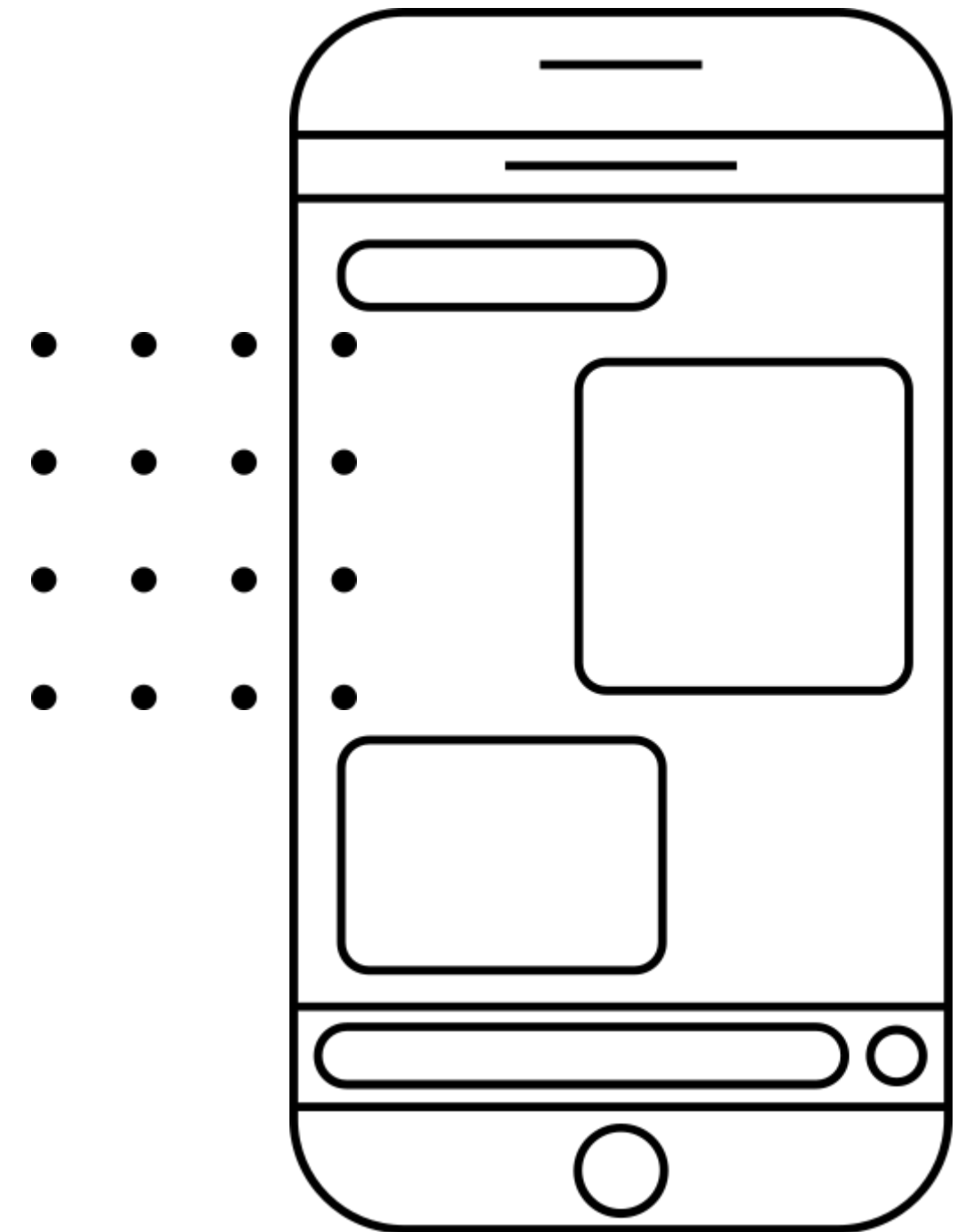
L'emergenza
Covid-19 ha
messo in hanno
un vero e proprio
**cambio di
paradigma**



IL DIGITALE PRIMA DI TUTTO

La limitazione degli spostamenti, il lavoro a casa, il distanziamento sociale hanno accelerato dinamiche già in essere nella nostra società.

Stiamo assistendo ad un uno sempre più centrale del digitale, dalla formazione, all'intrattenimento, senza dimenticare il lavoro e la spesa.

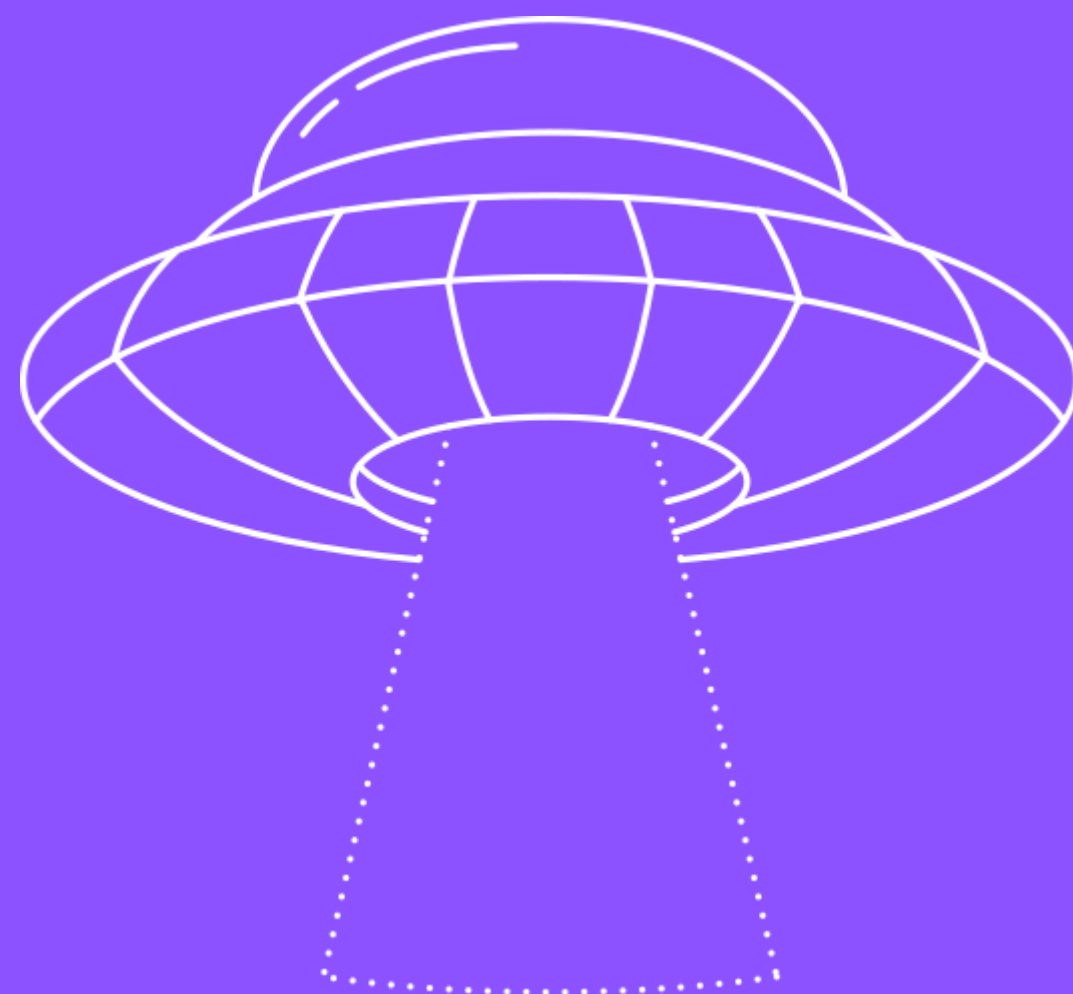


NON ESISTE PIÙ IL DIVARIO FRA OFFLINE E ONLINE

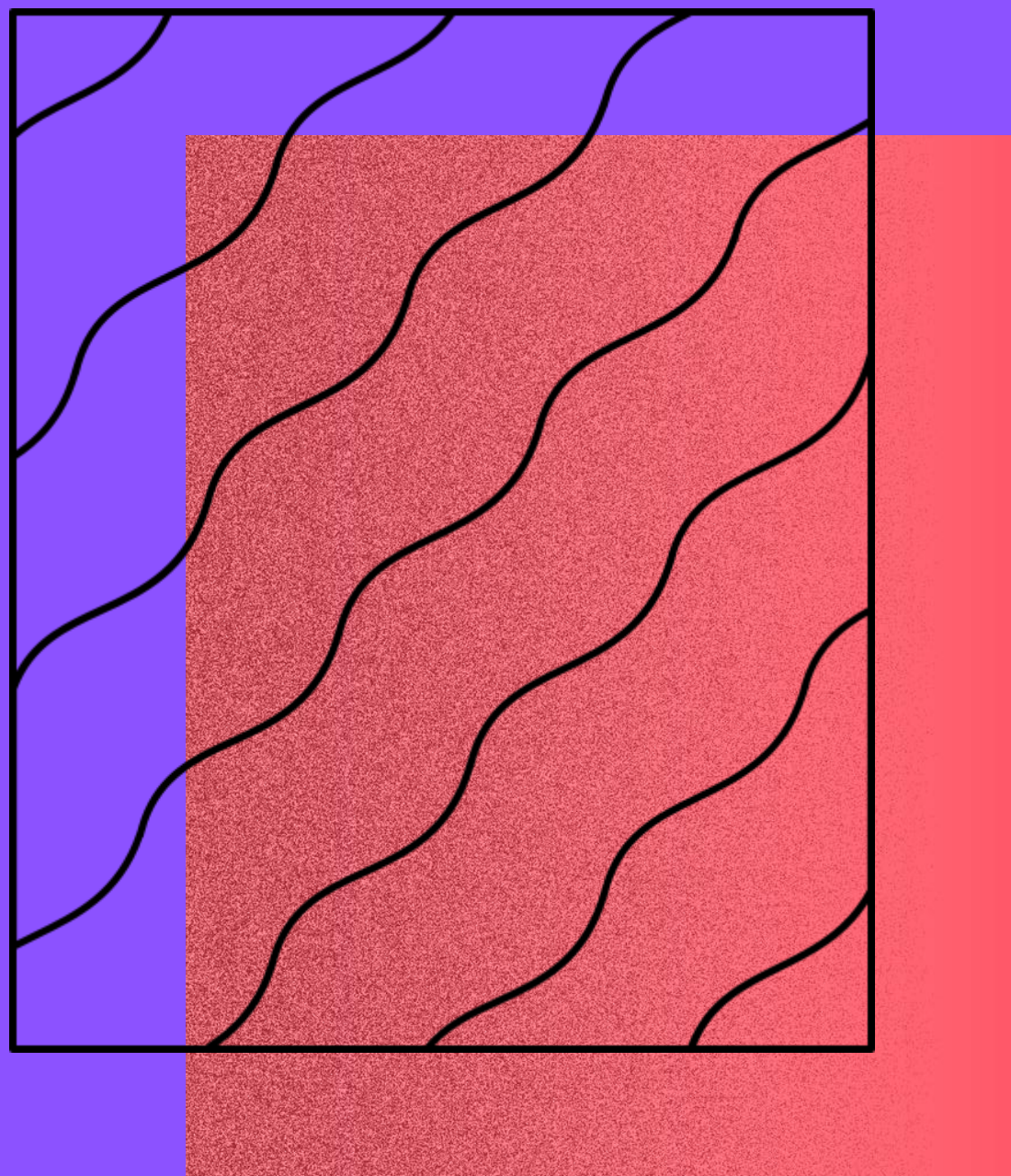
Le nostre vite si stanno svolgendo sempre più online. I tempi di permanenza sui social network e sui vari canali digitali sono aumentati a dismisura.

Tradotto: il nostro consumatore finale ci cerca online, è online che cerca risposte, è online che vuole ottenere un riscontro immediato.



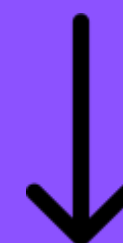


QUAL È LA NOVITÀ?



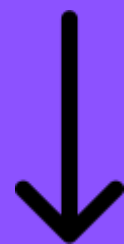
ANCHE LA COMUNICAZIONE ONLINE È CAMBIATA

Da una comunicazione EDONISTICA ad
una comunicazione EMPATICA



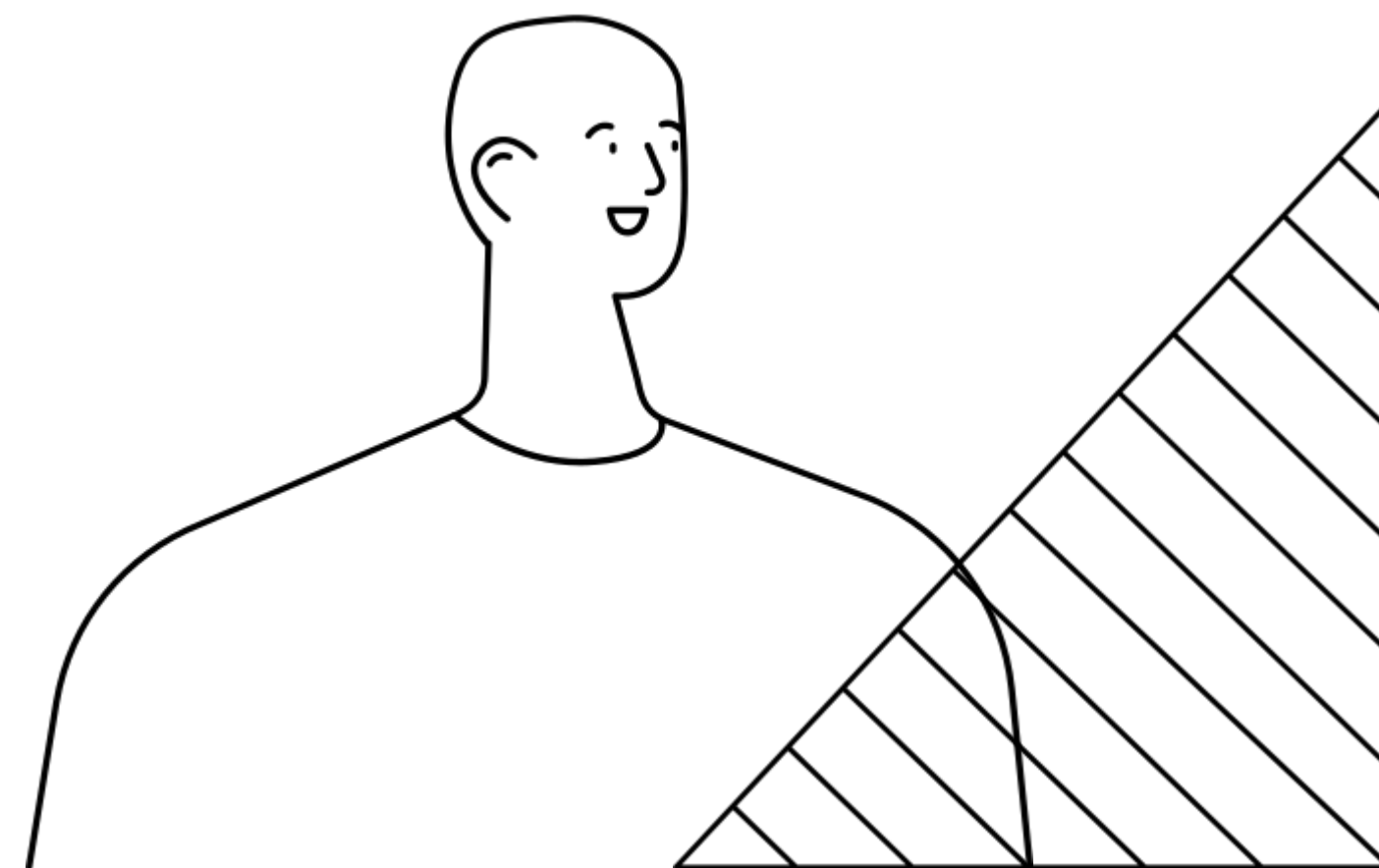
Più attenzione alla comunità, ai valori. Il brand
mostra la sua personalità e prende posizione,
tende le proprie mani verso i clienti e arriva a casa
loro

Un brand non è la ragione sociale
o il semplice marchio, ma è ciò
che sta nella MENTE DEI
CONSUMATORI



Come direbbe SETH GODIN, un
brand è un'abbreviazione delle
aspettative dei clienti. Che cosa si
aspettano quando comprano da voi o
vi incontrano?

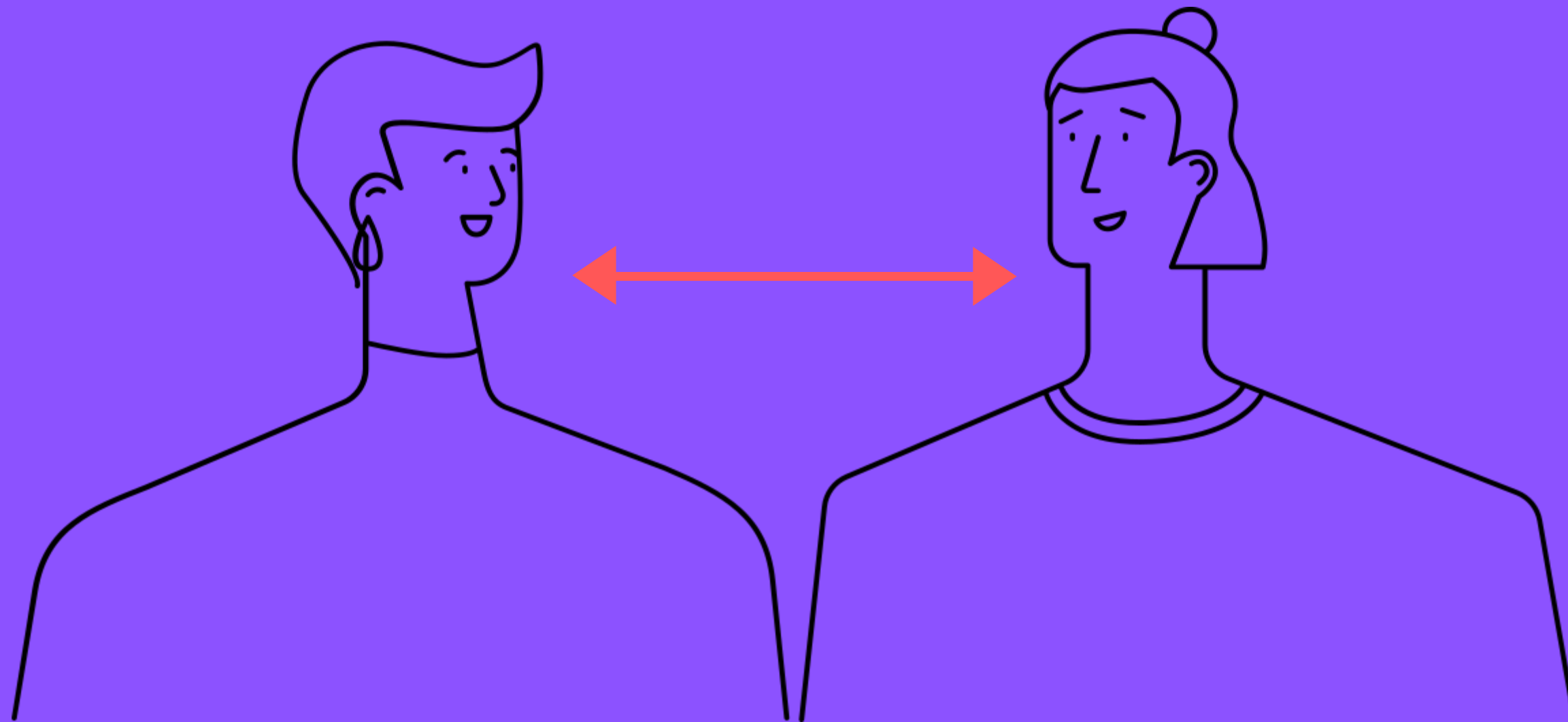
L'IMPORTANZA DI ESSERE UN BRAND



LA COMUNICAZIONE

SI DEVE ADATTARE AI NUOVI
STILI DI VITA

CONSUMO DI PRODOTTI E SERVIZI
SEMPRE PIÙ INTIMO - SHUT IN
ECONOMY



ATTENZIONE ALL'ESPERIENZA



CREARE RAPPORTI
SEMPRE PIÙ
PERSONALI CON IL
CLIENTE



CONSIGLIARE,
EDUCARE, GUIDARE
LA SCELTA

CREARE ESPERIENZE
COINVOLGENTI:
DALLA CREAZIONE
DEL PRODOTTO

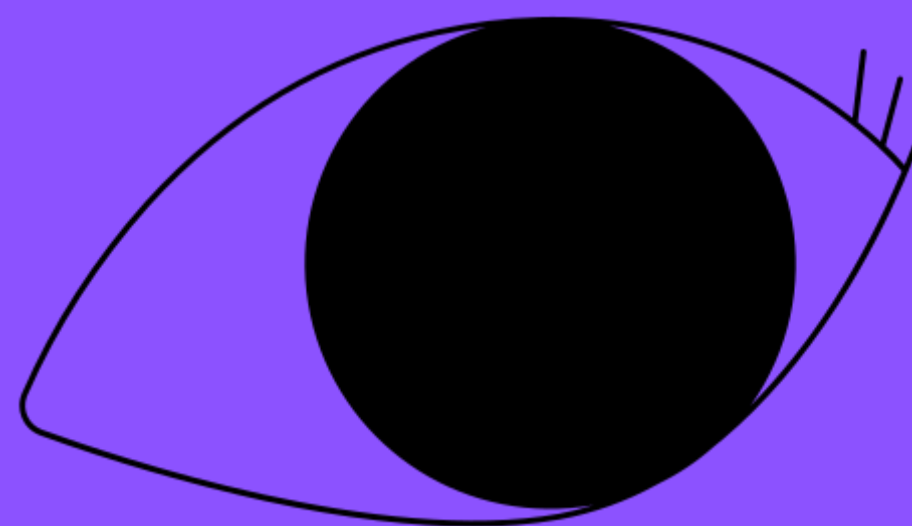


RACCONTARE STORIE,
INTRATTENERE,
COINVOLGERE

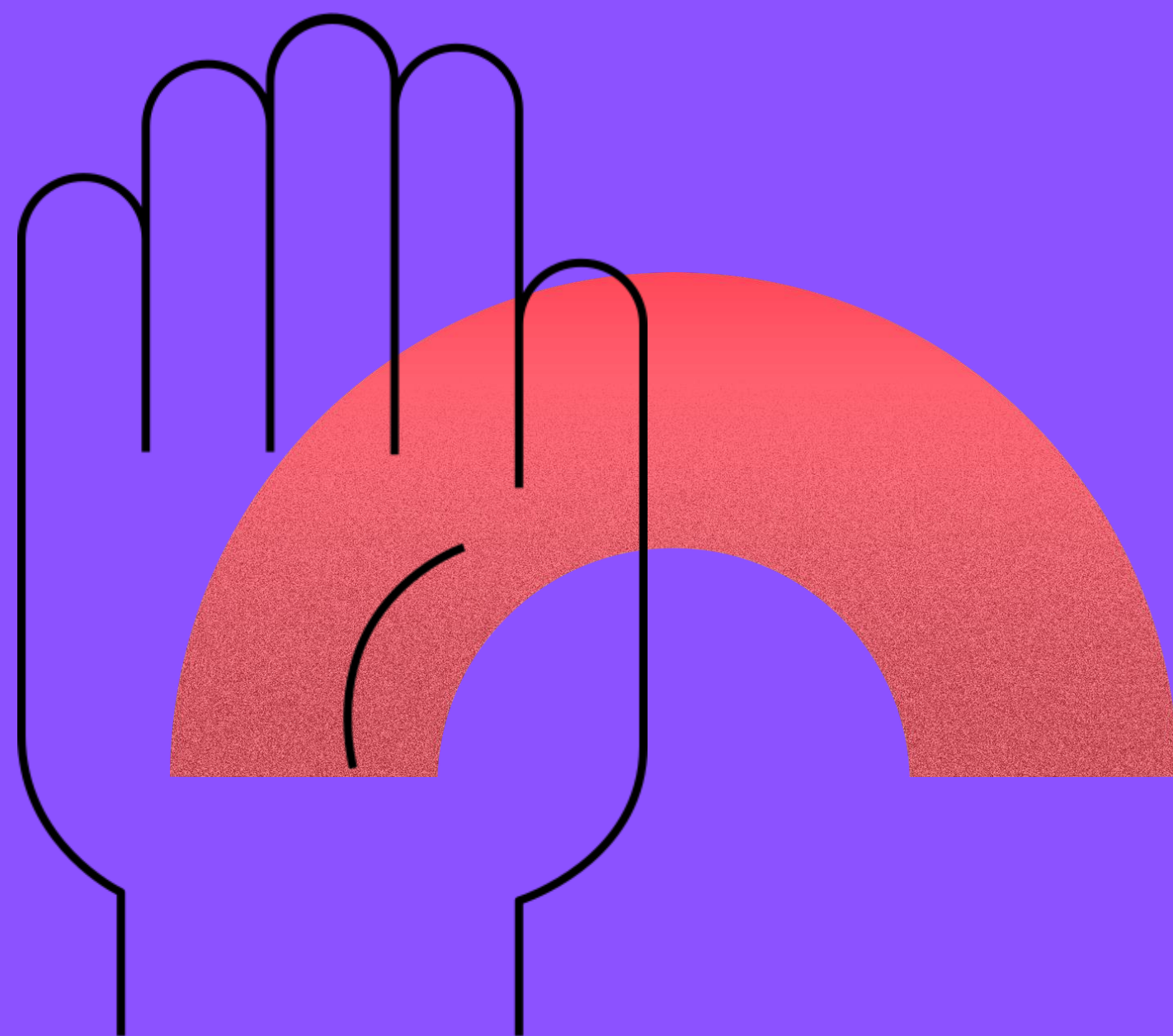
FARE LEVA SULLA
SICUREZZA E
SULL'EFFICIENZA DI
ALCUNI SERVIZI



RASSICURARE,
ABBRACCIARE,
ACCOMPAGNARE



UNO SGUARDO AL FUTURO



STRATEGIE PER LA SOPRAVVIVENZA

The image features a minimalist design with a white background. In the top-left and bottom-right corners, there are red geometric shapes, specifically triangles, with thin black lines extending from their vertices. The main text is centered and reads:

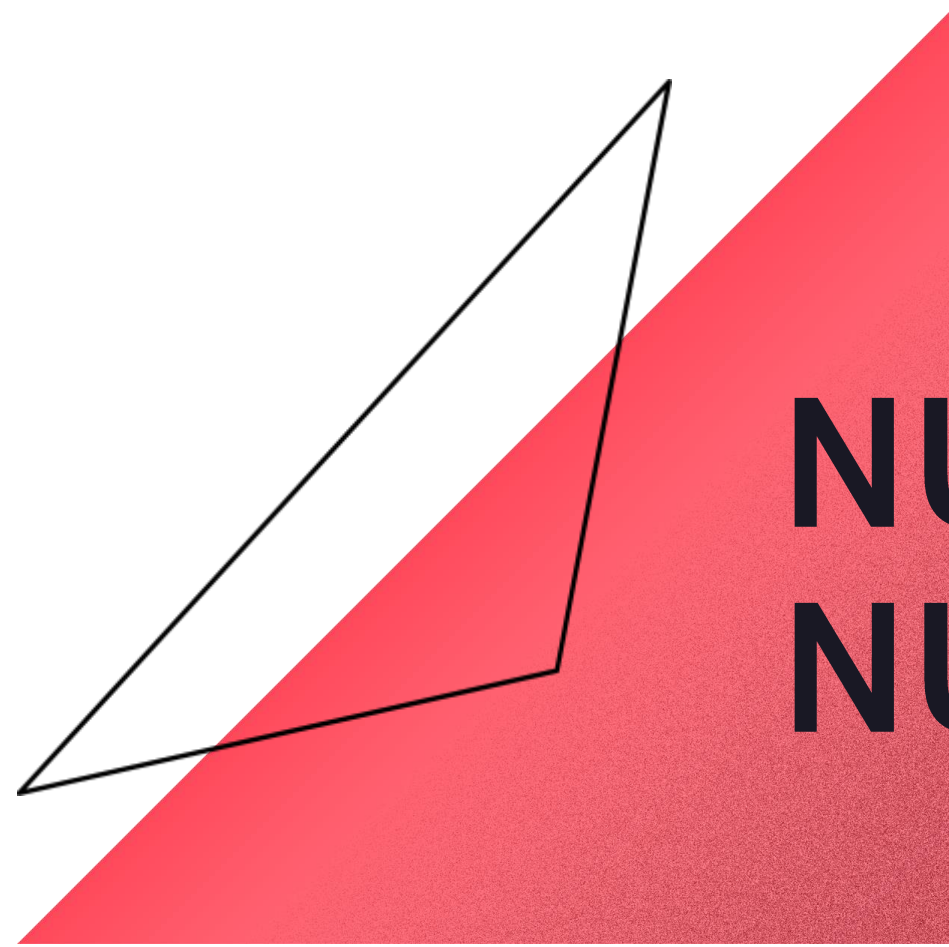
Small is the new big thing

Ruchir Sharma - New York Times

PICCOLO È SINONIMO DI AGILE, FLESSIBILE, CAPACE DI ADATTARSI NEL TEMPO

LA RIVINCITA DEI MICROBRAND

- **RICONVERTIRE LE PROPRIE LINEE DI PRODUZIONE**
- **RIPOSIZIONARSI VELOCEMENTE SUI CANALI DI COMUNICAZIONE**
- **PUNTARE SU NUOVE FORME DI RELAZIONE E VENDITA**



NUOVE ABITUDINI, NUOVI BUSINESS

QUESTA CRISI, COME TUTTE LE CRISI
- o **CIGNI NERI** come direbbe Nassim
Tabel - sta cambiando le REGOLE DEL
GIOCO, stravolgendo esigenze e
opportunità

Questo ci costringe a capire a
individuare nuove esigenze, capire come
essere utili e migliorare il nostro modo
di assistere la nostra clientela.



La catena canadese di ristorazione ha iniziato a vendere i prodotti dei propri fornitori sul proprio ecommerce



Il ristorante romano ha iniziato a fare consegna di prodotti selezionati dagli chef per valorizzare i prodotti dei piccoli produttori selezionati con cui collaborano



**AIUTARE I FORNITORI,
IL CLIENTE ACQUISTA PRODOTTI
DI CUI CONOSCELA QUALITÀ**



Distillerie hanno iniziato a produrre
gel igienizzante



**AIUTARE LA COMUNITÀ
A REPERIRE GEL SANIFICANTE**



HADRIEN VERRIER
PATISSERIE

Questa pasticceria canadese ha iniziato a vendere i propri prodotti SURGELATI



FIVE CROWNS

Ristorante californiano che invia a casa box di salumi, formaggi e vino e organizza degustazioni in diretta



**SPOSTARE L'ESPERIENZA DELL'UTENTE
A CASA**



Dining bond: voucher da spendere in futuro per aiutare a finanziare i ristoranti in difficoltà.

Un invito al consumatore a scommettere sul futuro del ristorante, per godere dell'esperienza quando (e se) sarà possibile.



VENDERE A PREZZO RIDOTTO UN'ESPERIENZA