

MARKETING 2030

Massimiliano
FREDDI





*Il Cambiamento non avviene delineando chiaramente
i benefici razionali del tuo punto di vista.*

*Il Cambiamento avviene quando le persone si innamorano
di una versione differente del futuro.*



Marketing = Change



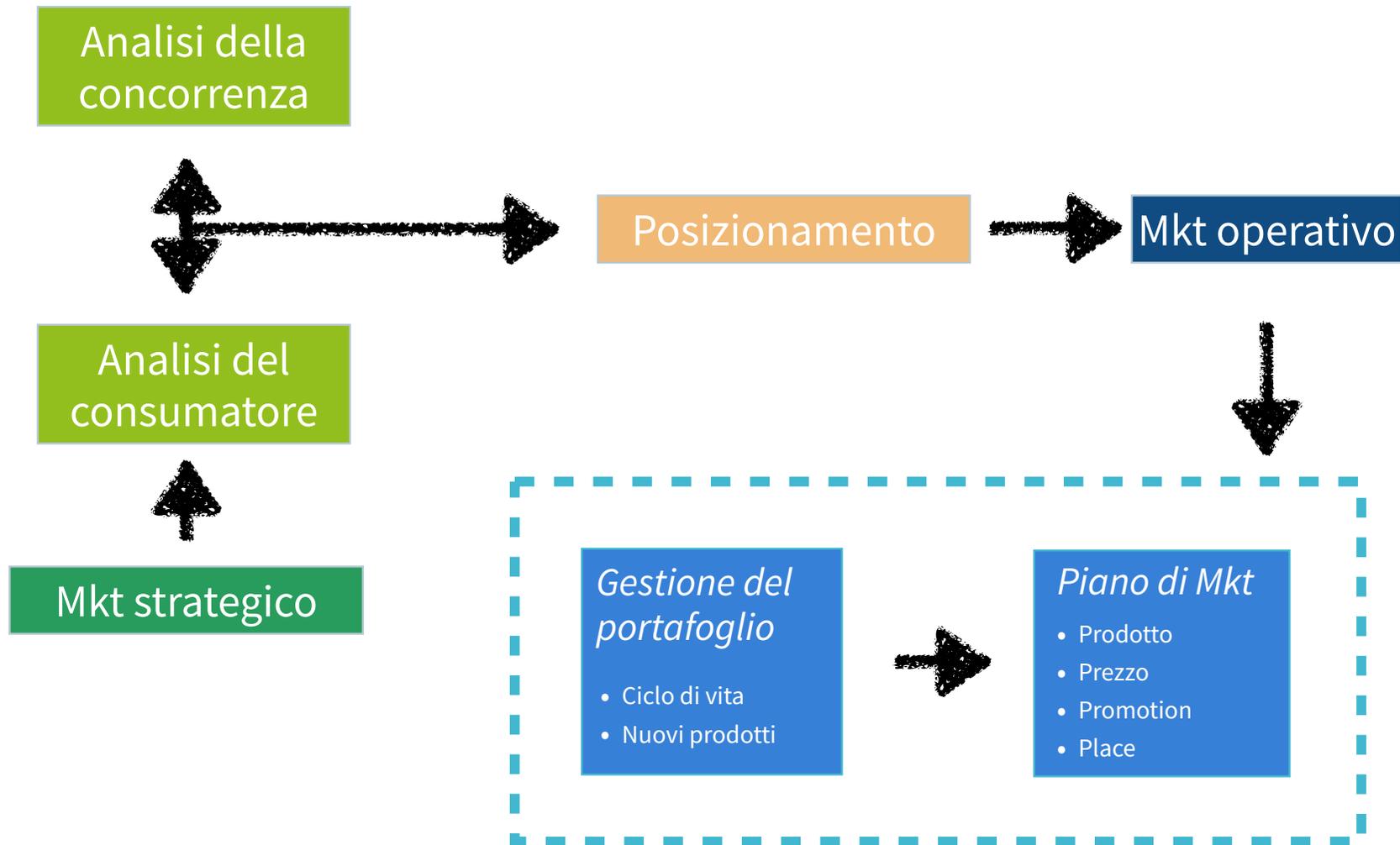
**Vendiamo quello che
facciamo**

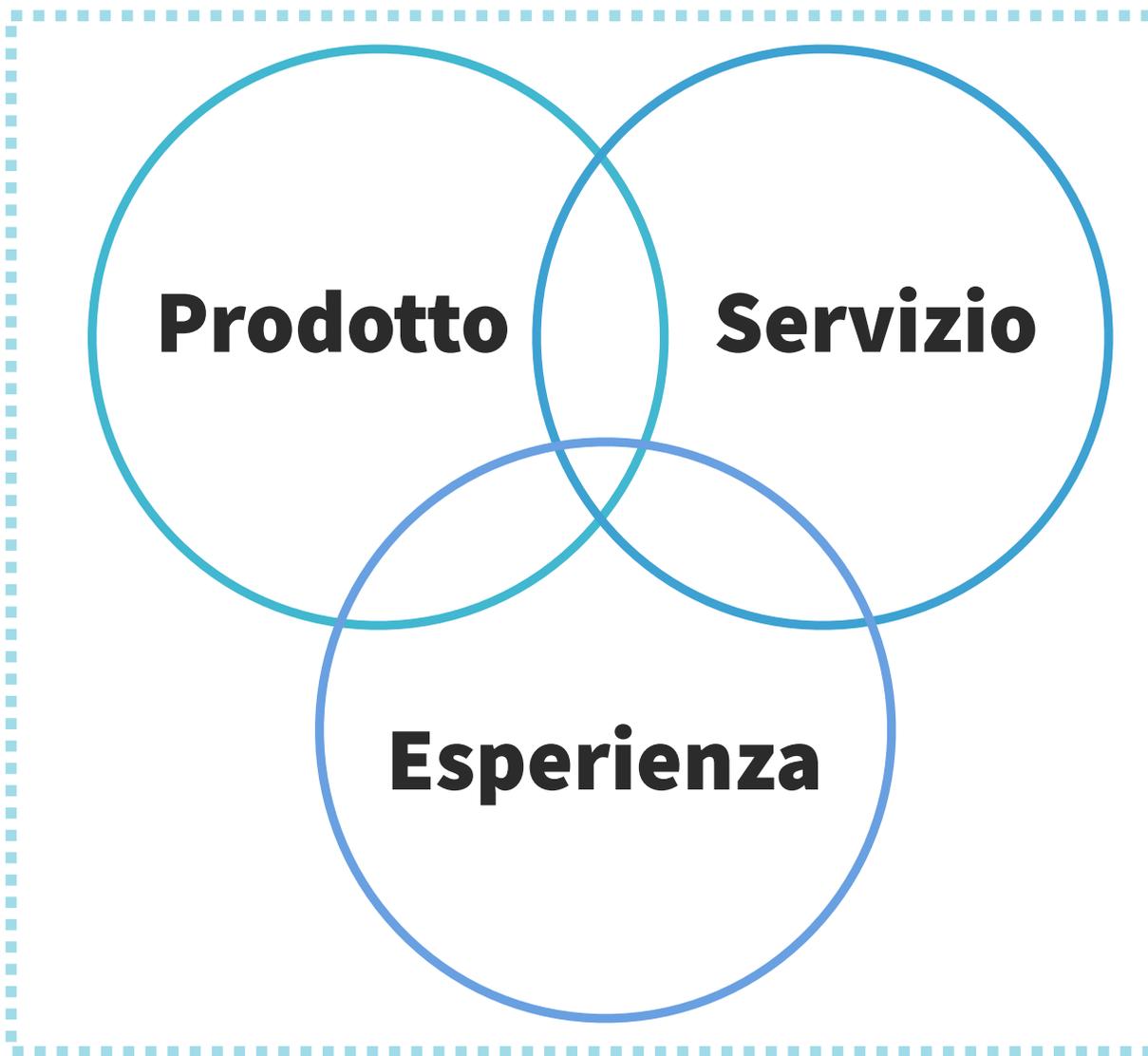
o



**Facciamo ciò che può essere
venduto?**

Marketing in 1 schema





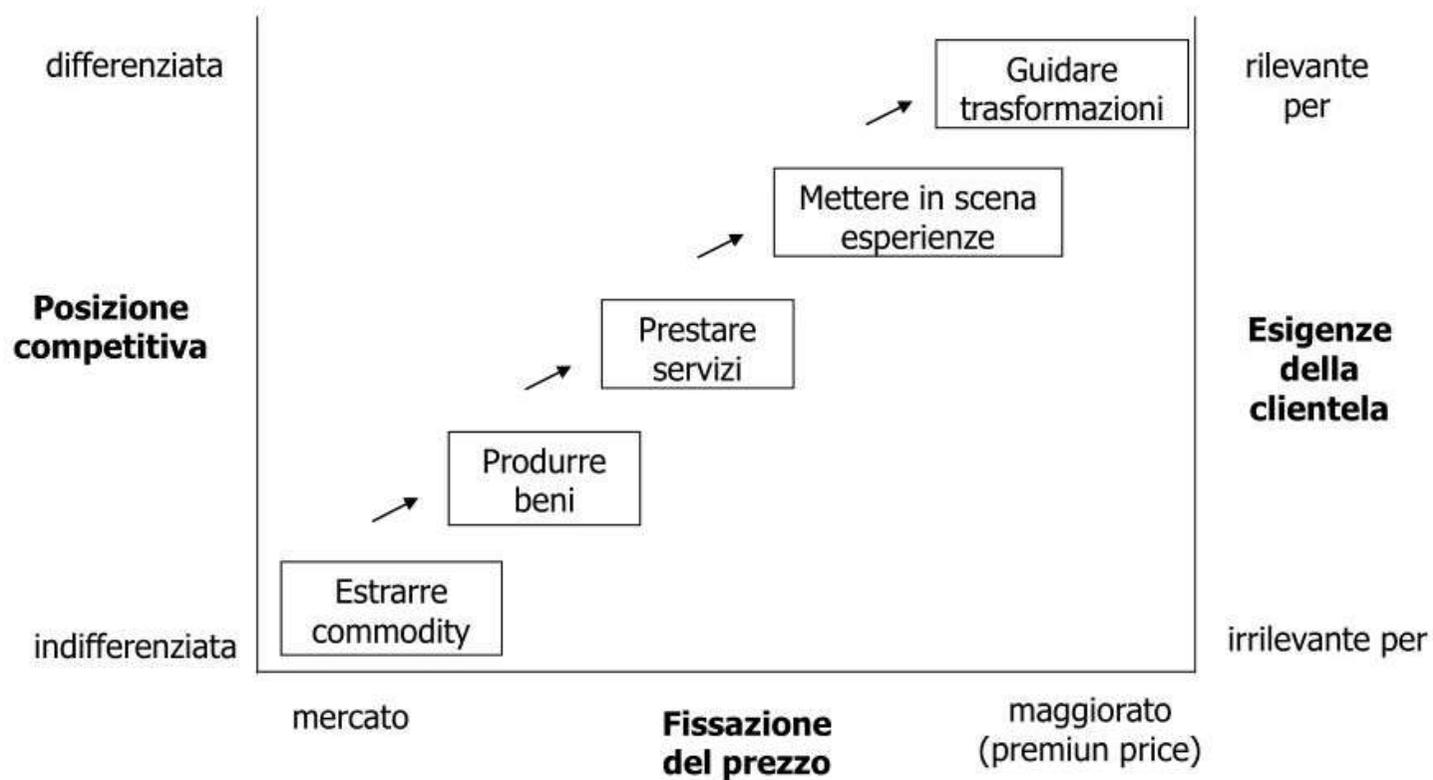
**Da persone
a persone**

**Opportunità di
personalizzazione**

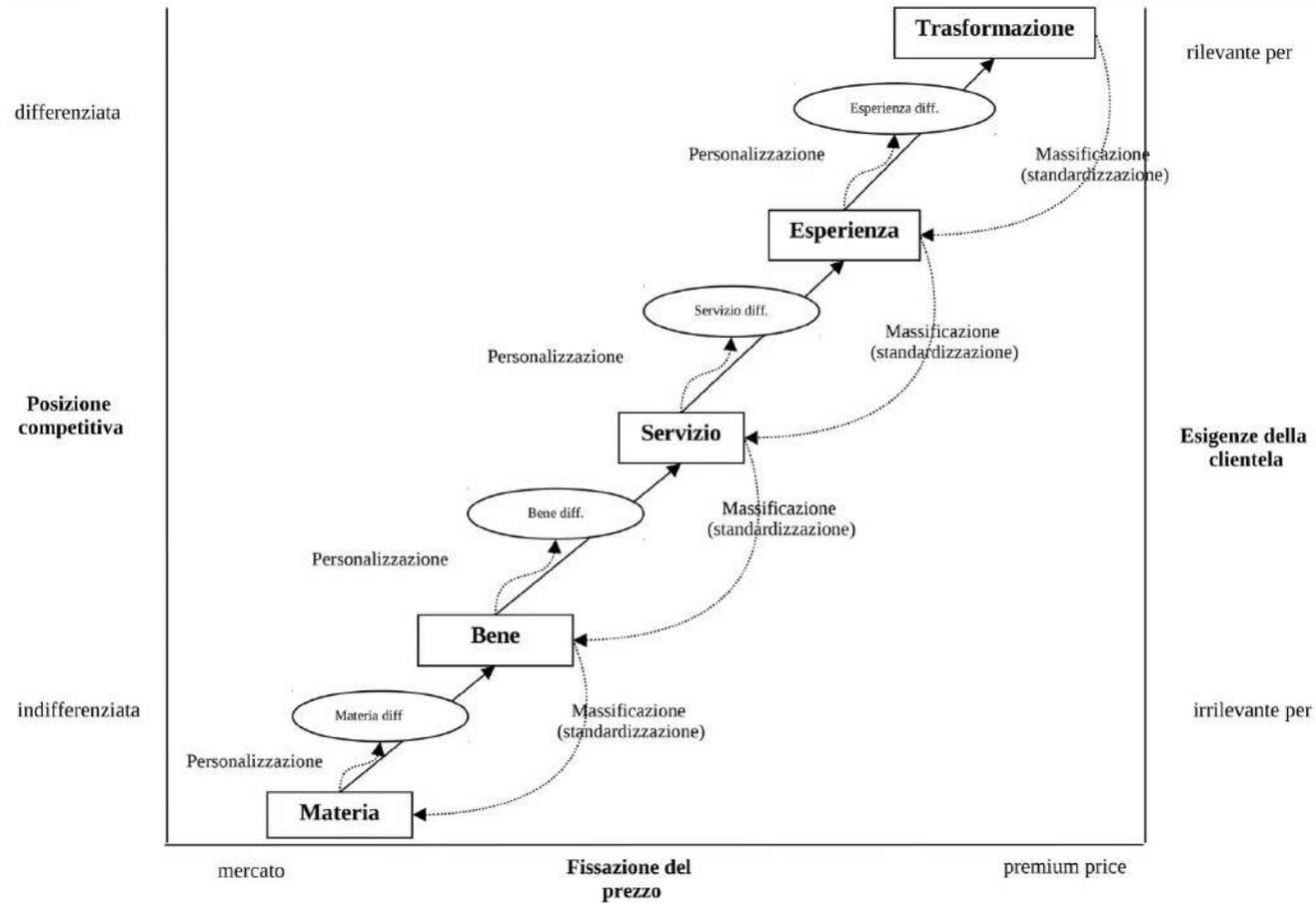
**Relazione come
evento**

“Si è quello
che si fa pagare”

La progressione del valore economico



La progressione del valore economico



La nostra value proposition

Il nostro Evento/Attrazione **aiuta** Segmento - Target

che vuole Obiettivo

Consentendo

Sensazione

& Creando

Beneficio

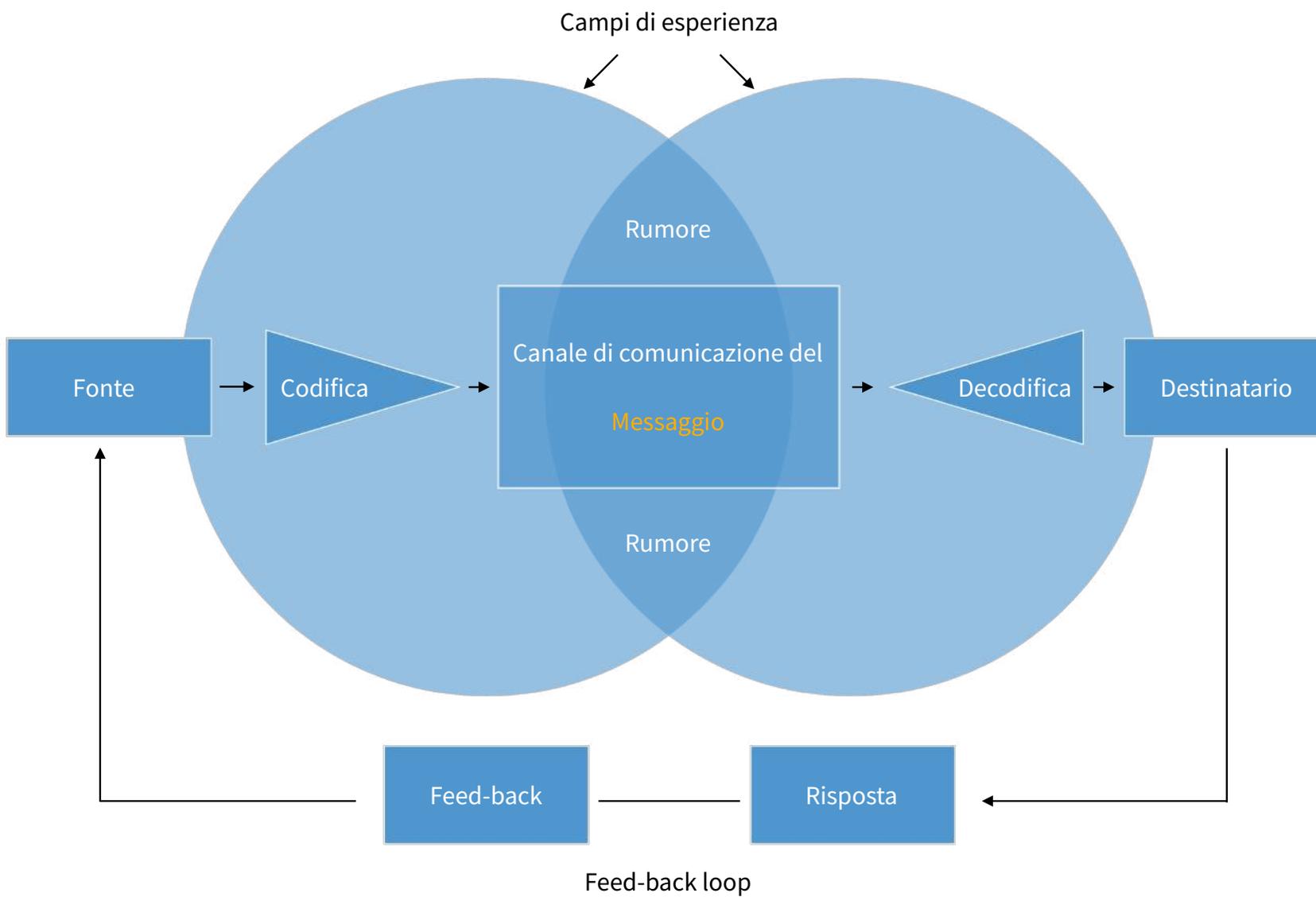
differentemente da Competitor/Alternativa

che invece Offre - Crea - Si comporta .

Perciò aiuta La nostra azienda

a Obiettivo/Scopo

Comunicazione



Touchpoint

Rappresentazione del brand

- Eventi
- Luoghi di incontro
- Social media
- Passaparola



SWOT

POSITIVO

NEGATIVO

Punti di forza

Punti di debolezza

INTERNO

Opportunità

Minacce

ESTERNO

Perché

scelgono

noi?

Perché

scelgono

Altri?

**Da guide
nozionistiche
a convettori di
esperienze**