

Il prodotto

Verso la definizione

Ogni prodotto presenta una sua
“personalità” dovuta alle:

- modalità costruttive,
- alle caratteristiche dei materiali incorporati
- Al colore – dimensione – confezione...
- alla differenziazione simbolica presente agli occhi dei consumatori (il nome – la pubblicità – il punto di vendita...)

La definizione

Un prodotto è costituito da una serie di attributi, materiali e immateriali che l'acquirente può gradire ed accettare poiché capaci di soddisfarne i propri bisogni e i propri desideri.

Da cosa è composto un prodotto

Oltre alla parte più propriamente fisica, sono fondamentali

- la confezione,
- il colore,
- il prezzo,
- il prestigio del produttore,
- il prestigio del rivenditore,
- i servizi del produttore e del rivenditore.

Come deve operare l'azienda mktg oriented?

Più che beni dobbiamo sforzarci di far collegare ai nostri prodotti benefici, simboli, sensazioni di benessere

Dobbiamo far sì che il consumo rafforzi l'autoimmagine e l'autocompiacimento dei nostri clienti.

Il concetto di nuovo prodotto

- **Prodotti che sono realmente innovativi ed unici.** Si tratta di prodotti per i quali esiste un bisogno reale che non può essere soddisfatto da alcun articolo sostitutivo già esistente. Ad esempio: una medicina in grado di curare il cancro, un motore che va ad acqua.
- **Articoli sostitutivi di prodotti già esistenti** che sono significativamente diversi da questi. I nuovi modelli di auto e di vestiti che ogni anno sostituiscono i precedenti rientrano in questa categoria.
- **Prodotti imitativi** che sono nuovi per una particolare azienda, ma non per il mercato. In questo caso l'azienda cerca semplicemente di acquisire parte di un mercato già esistente con un prodotto proprio. Ad esempio tutti i prodotti a marchio COOP o Esselunga.

Il ruolo dell'innovazione

Innovare → creare nuovi prodotti

Why?

I beni di consumo non sono eterni, vanno sostituiti e la loro vita dura giusto il tempo di dare soddisfazioni al consumatore.

Attraverso di essi colleziona piccoli piaceri quotidiani che sono spesso rovinati da dubbi e sospetti sul fatto che il prodotto che abbiamo acquistato e stiamo utilizzando non sia quello migliore e... , forse potremmo comprare quell'altro, quello che abbiamo visto in tv, che sta usando la mia amica...

Questa illusione consente il ripetersi all'infinito del consumo con un nuovo acquisto.

È per questo che le aziende devono innovare, è questo il motivo che le spinge a creare nuovi prodotti: stare al passo col mkt, con i nuovi prodotti della concorrenza, con le nuove mode.