



I Love marks sono quei marchi di prodotti a cui siamo legati da una relazione affettiva, da un rapporto che coinvolge tutti i sensi, e che sono capaci di instaurare un senso di lealtà che trascende ogni forma di razionalità, che sia economica o pratica. Tra i marchi che ben rappresentano questo nuovo approccio al consumatore in Italia sicuramente possiamo includere Baci Perugina, che da anni lega il brand a valori quali l'affetto, l'amore e la bontà. Tutti abbiamo almeno una volta scartato il celebre cioccolatino recitando gli aforismi alla persona amata. Il mutamento della società e la crescente capacità da parte dei consumatori di raccogliere informazioni hanno contribuito a spostare il potere dalle mani dei produttori e dei rivenditori direttamente a quelle dei consumatori. Vantaggi di prezzo, servizio, qualità e design non risultano più sufficienti per imporsi nel mercato globale. Sempre di più il rapporto tra le aziende e il consumatore deve essere empatico, profondo, perché è attraverso questo approccio che il cliente rimane fedele e si fa portatore in prima persona dei valori dell'azienda. Questo accade anche nelle promozioni e nella tipologia di prodotti che vengono selezionate dall'azienda sia per quanto riguarda le azioni verso il finale, sia per quanto riguarda alcune attività incentivate alla rete. La finalità è sempre la stessa: aumentare le vendite, non solo incrementando il bacino di potenziali acquirenti, ma anche fidelizzando i clienti acquisiti o la forza vendita. È il caso appunto di Baci Perugina che, in previsione di una promozione incentiva per un particolare canvass, ha chiesto a Cipi S.p.A. un articolo che fosse in grado di rispecchiare l'alta qualità del marchio e i propri valori. La risposta è stata una coperta in pile racchiusa in una pratica sacca dello stesso materiale. L'idea vincente in questo caso è costituito da 2 differenti fattori: il primo è rappresentato da una personalizzazione estremamente curata ed elegante. Mentre il secondo, estrinseco, rappresenta il calore, inteso come sentimento, vicinanza alla persona cara... e naturalmente al brand!! Scartami e di Baci (Perugina) saziati.