

# tipologie assortimenti

*classificazione semplice per ampiezza e profondità*

**basic**

offerta limitata alle funzioni a maggior consumo senza fornire alternative

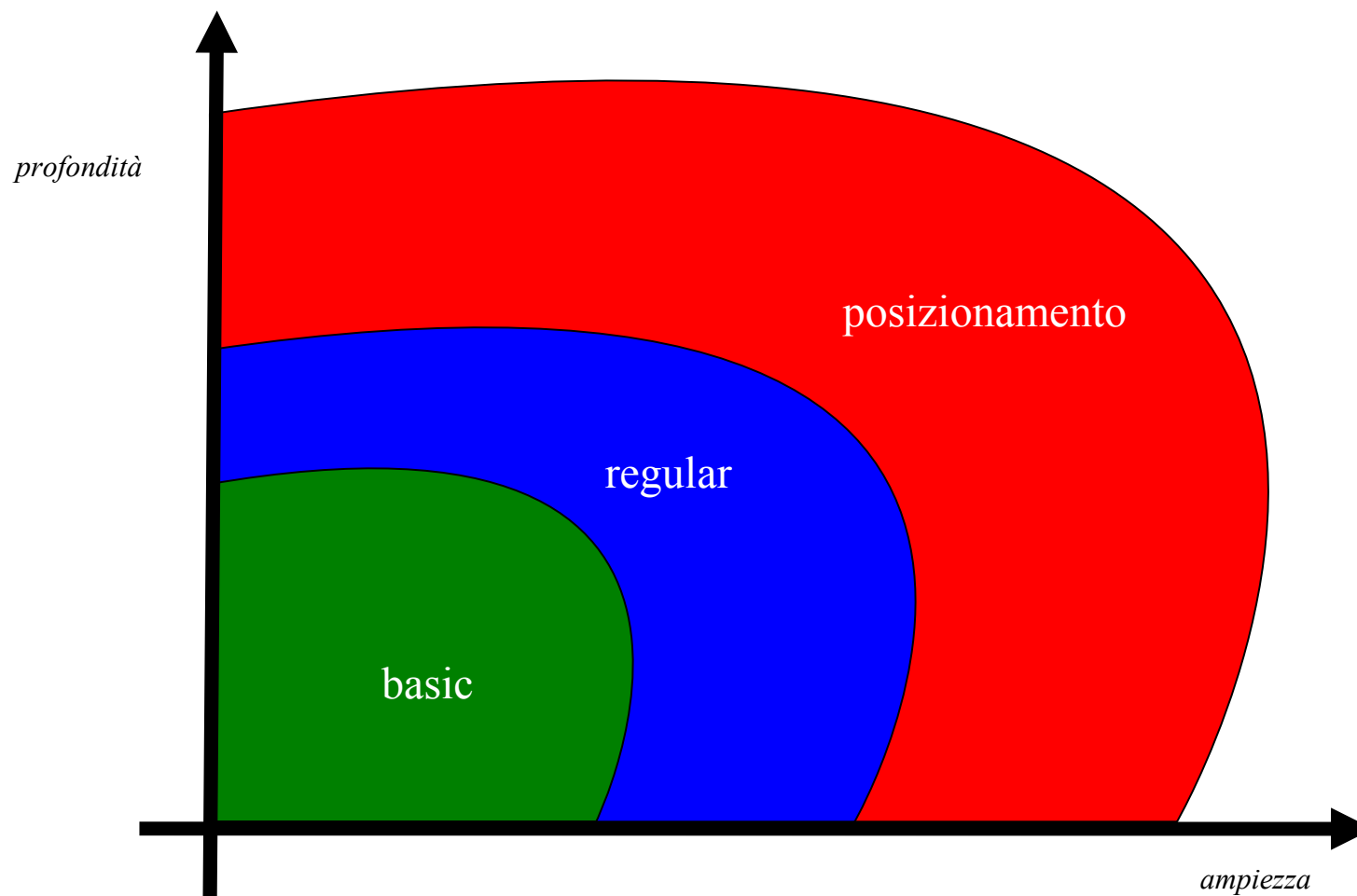
**regular**

offerta per soddisfare le funzioni a medio e maggior consumo con le alternative di scelta

**posizionamento**

offerta per soddisfare TUTTE le funzioni (anche quelle a bassi consumi) massimizzando le alternative di offerta

# tipologie assortimenti f(ampiezza, profondità)



# categoria di posizionamento

Percezione  
cliente



Assortimento

**Luogo preferenziale/unico nel percepito del cliente target per l'acquisto dei prodotti appartenenti a questa categoria**

**Numerica assortimentale superiore (min 30%) ai concorrenti con superficie equivalente**

**Prodotti alta gamma (premium) e di primo prezzo (o d'entrata)**

**Forte innovazione di prodotto / reattività al mercato**

**Applicazione marcata logiche di Category Management**

**(studiare, rilevare, analizzare, innovare)**

.....

.....

.....

.....

# categoria di posizionamento

Percezione  
cliente



**Luogo preferenziale/unico nel percepito del cliente target per l'acquisto dei prodotti appartenenti a questa categoria**



Ambientazione



**Forte impatto di tutta la comunicazione nella bottega per evidenziare il posizionamento nella categoria**

**Marcata caratterizzazione (colori, particolarità, attrezzature, novità...) anche per attirare l'attenzione e stimolare l'interesse del cliente**

**(progettare, comunicare, stimolare)**

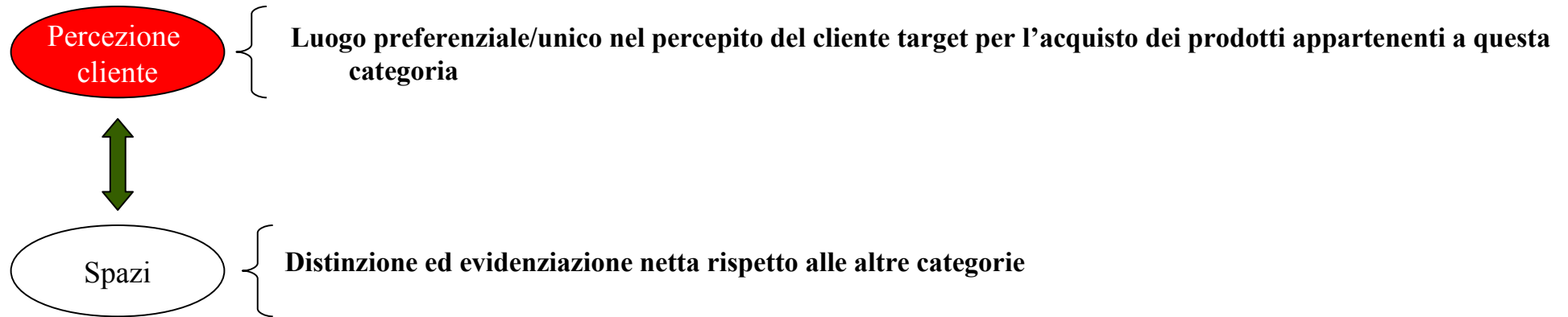
.....

.....

.....

.....

# categoria di posizionamento



**(progettare, dedicare)**

.....

.....

.....

.....

# categoria di posizionamento

Percezione  
cliente

**Luogo preferenziale/unico nel percepito del cliente target per l'acquisto dei prodotti appartenenti a questa categoria**



Livelli  
Servizio

**Unici nel suo genere e nel micro mercato di riferimento**

**Personale di vendita veri esperti della categoria (attività formative/esperienziali necessarie per il personale)**

**Offerta di servizi accessori**

**(semplificare, servire)**

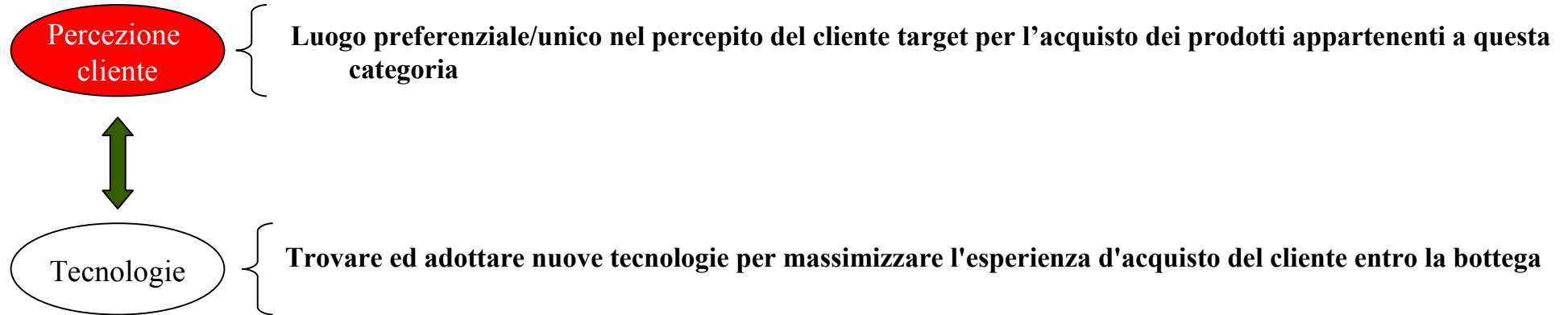
.....

.....

.....

.....

# categoria di posizionamento



(stupire, "felicitare")

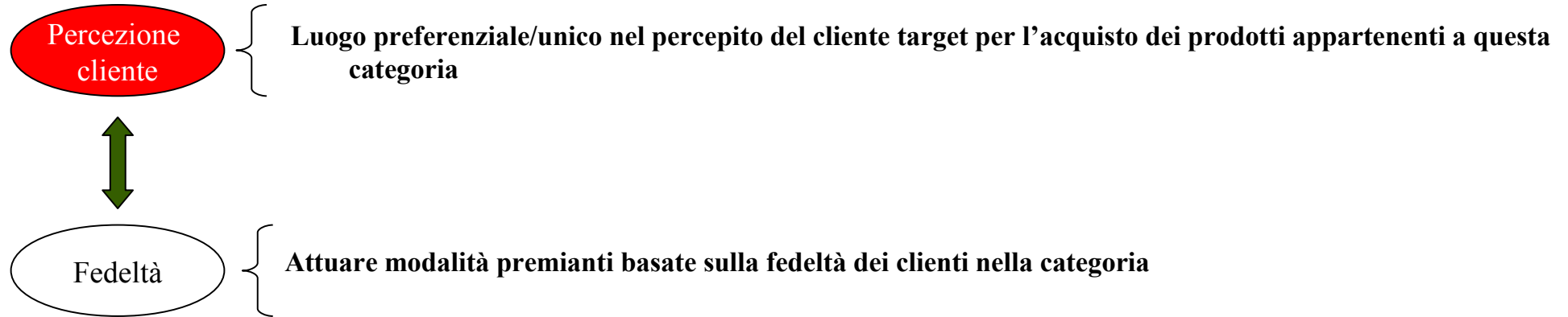
.....

.....

.....

.....

# categoria di posizionamento



**(fidelizzare)**

.....

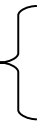
.....

.....

.....

# categoria di posizionamento

Percezione  
cliente



**Luogo preferenziale/unico nel percepito del cliente target per l'acquisto dei prodotti appartenenti a questa categoria**



Convenienza



**Mantenere nel tempo una buona competitività nei confronti della concorrenza locale**

**Dove possibile attuare iniziative a tema e/o stagionali a carattere promozionale**

**Ampliare la scala prezzi per favorire anche la convenienza percepita**

**(promuovere, mantenere)**

.....

.....

.....

.....