



FOOD EXPERIENCE CONSULTING..

Agenzia Marketing

Località: Italy > Puglia > Bari

Sito Web: <http://bepperinelli.wix.com/foodexperience>

TELEPHONE: 3395287514

Ricerca Collaborazione: Sì

Descrizione vetrina

Nostra mission è fornire interventi innovativi finalizzati ad apportare forma e sostanza al business: maggiore ricchezza nelle persone, incremento dei fatturati, risparmi nelle risorse, controllo dei margini e vantaggi competitivi Da anni mi occupo di somministrazione di alimenti e bevande,acquisendo col tempo titoli ed esperienza meritevoli di essere trasmessi(come valore aggiunto) ad altri soggetti che,terminato il loro percorso di studi,intraprenderanno quello della vita. La mia professione si è evoluta come formatore settore food retail,Show coking:La missione principale consiste nell?elaborare e creare concept innovativi e di successo fornendo al Cliente completa assistenza in tutte le varie fasi della realizzazione del progetto commerciale. I servizi offerti variano a seconda della tipologia di concept desiderata e si applicano sia per concept di tipo alimentare, sia per tutti gli altri di tipo non alimentare. La realizzazione di un concept di successo richiede degli step preliminari che, se non affrontati con la massima professionalità? e competenza, possono risultare controproducenti alla buona riuscita del progetto. Individuare le zone commerciali primarie, secondarie e terziarie; Analizzare la componente demografica e sociale nella Vostra zona di commercio; Determinare il profilo dei clienti profilo all?interno dell?area commerciale scelta; Rivedere il set competitivo del business; Confrontare altre realtà? competitive nella stessa area commerciale al fine di individuare eventuali opportunità? di innovazione; Analizzare le performance di vendita delle attività? locali già? presenti, contro la media nazionale; Identificare e rimuovere tutti i possibili ostacoli presenti nella location desiderata; Presentare proiezioni di vendita stimate per il nuovo concetto basato sui nostri risultati. Inoltre,il mio KNOW-HOW permette, al futuro imprenditore di non ricevere la ?classica? esperienza teorico/pratica da aula,ma vi sarà un secondo step fondamentale per far si che il concept sia completo ed efficace: BRAND AWARENESS (analisi della notorietà della marca e della sua capacità di soddisfare la domanda di mercato) GEOMARKETING (raccolta di informazioni utili per pianificare ed implementare la creazione del punto vendita) BRAND ARCHITECTURE (costruzione del brand attraverso lo studio del marketing)

Marketing

Brand Architecture
Il brand architecture è l'insieme di tutti i brand che appartengono a un'azienda. È un concetto che si riferisce alla struttura e all'organizzazione dei brand di un'azienda, in modo da creare un'immagine coerente e riconoscibile. Il brand architecture è un elemento chiave del marketing, in quanto aiuta a definire il posizionamento dell'azienda e a comunicare i suoi valori e la sua missione. Un brand architecture ben progettato può aiutare un'azienda a differenziarsi dai concorrenti e a costruire una base di clienti fedeli. Inoltre, può aiutare a semplificare il processo di acquisto per i clienti, rendendo più facile per loro trovare i prodotti e i servizi che vogliono. Il brand architecture è un elemento chiave del marketing, in quanto aiuta a definire il posizionamento dell'azienda e a comunicare i suoi valori e la sua missione. Un brand architecture ben progettato può aiutare un'azienda a differenziarsi dai concorrenti e a costruire una base di clienti fedeli. Inoltre, può aiutare a semplificare il processo di acquisto per i clienti, rendendo più facile per loro trovare i prodotti e i servizi che vogliono.

Brand Awareness
Il brand awareness è la conoscenza che i consumatori hanno di un brand. È un concetto che si riferisce alla familiarità dei consumatori con un brand e ai suoi valori e alla sua missione. Il brand awareness è un elemento chiave del marketing, in quanto aiuta a definire il posizionamento dell'azienda e a comunicare i suoi valori e la sua missione. Un brand awareness ben progettato può aiutare un'azienda a differenziarsi dai concorrenti e a costruire una base di clienti fedeli. Inoltre, può aiutare a semplificare il processo di acquisto per i clienti, rendendo più facile per loro trovare i prodotti e i servizi che vogliono. Il brand awareness è un elemento chiave del marketing, in quanto aiuta a definire il posizionamento dell'azienda e a comunicare i suoi valori e la sua missione. Un brand awareness ben progettato può aiutare un'azienda a differenziarsi dai concorrenti e a costruire una base di clienti fedeli. Inoltre, può aiutare a semplificare il processo di acquisto per i clienti, rendendo più facile per loro trovare i prodotti e i servizi che vogliono.

Brand Positioning
Il brand positioning è la posizione che un brand occupa nel mercato. È un concetto che si riferisce alla percezione dei consumatori di un brand e ai suoi valori e alla sua missione. Il brand positioning è un elemento chiave del marketing, in quanto aiuta a definire il posizionamento dell'azienda e a comunicare i suoi valori e la sua missione. Un brand positioning ben progettato può aiutare un'azienda a differenziarsi dai concorrenti e a costruire una base di clienti fedeli. Inoltre, può aiutare a semplificare il processo di acquisto per i clienti, rendendo più facile per loro trovare i prodotti e i servizi che vogliono. Il brand positioning è un elemento chiave del marketing, in quanto aiuta a definire il posizionamento dell'azienda e a comunicare i suoi valori e la sua missione. Un brand positioning ben progettato può aiutare un'azienda a differenziarsi dai concorrenti e a costruire una base di clienti fedeli. Inoltre, può aiutare a semplificare il processo di acquisto per i clienti, rendendo più facile per loro trovare i prodotti e i servizi che vogliono.

