MANAS

TECNOLOGIA
MERCATI
INNOVAZIONE

Lara Sagripanti
Responsabile
Comunicazione
Manas spa

Macerata, 27 aprile 2007

Programma/Seconda Parte

Tecnologia Mercati Innovazione

- Come azioniamo le leve del marketing
- Piano di sviluppo Manas
- I nostri punti di forza

MANAS

MANAS

MANASDESIGN

MANASDESIGN

MANASLEA FOSCATI

MANASLEA FOSCATI

Le leve del Marketing

I fattori del successo

4 *P* del Marketing

- **Product**
- **Price**
- **Place**
- **Promotion**

Le leve del Marketing

Prodotto

- Un Cliente, un Prodotto
- 8 Collezioni, 20 linee a Collezione, 10 modelli ogni linea, decine di varianti per ogni modello
- Da una Collezione globale ad una Collezione locale
- Progetto Scout

Le leve del Marketing

Prodotto: Progetto Scout

La partenza: Ricerca “on the road” e Strategia dell’ascolto

3 fasi: Tendenze moda, Visite ai mercati leader, Confronto su idee e Sintesi

Contributi da Clienti, Rappresentanti (Management Day), Fornitori, Modellisti

Risultati: Ampiezza della gamma, Un Paese, un Cliente, Un prodotto

Le leve del Marketing

Prezzo

- Cambiano i parametri della competizione globale
- DE-localizzazione NO, RI-localizzazione SI
- Razionalizzazione dei costi
- Scuola Manas

Le leve del Marketing

Prezzo: Scuola Manas

- “Lezioni” a fornitori, terzisti, collaboratori
- Metodo del miglioramento continuo
- Know how a disposizione di tutto il distretto

Le leve del Marketing

Place (Distribuzione)

- Cambia il rapporto con il Cliente
- Cliente come socio in affari
- Creare Valore
- Sistema di Relazioni vincente: la Vera Innovazione

Le leve del Marketing

Place: Il Sistema di Relazioni vincente

- Sistema di relazioni
- Strategia dell'ascolto
- Rapporto col territorio

CON INVITO
AL LAST NAME SIGN-IN
INVITATION
ALPHABETICAL LAST NAM
NO INVITATION
M-S
F G-L M-S

Le leve del Marketing

Promotion

- Creare emozione intorno ai marchi
- Investimento progressivo, Crescita sana
- Miss Italia

LEA FOSCATI
SHOES

1956
MANAS
FASHION and SOFT
SENSATION
MISS ITALIA
Miss Televolto 2005
LEA FOSCATI

Le leve del Marketing

I fattori del successo

4 *P* del Marketing

- **Product**
- **Price**
- **Place**
- **Promotion**

+ Quinta *P* di Person

LA PASSIONE PER LE PERSONE

Le Quinta “P” del Marketing

Passione per le Persone

- La persona al centro
- Condividere progetti, obiettivi, sogni
- Dalla gestione alla valorizzazione delle persone

numero 01 • Gennaio 2005
fashion
PEOPLE
News from Manas world
ANNO 0
numero 1
anna maria artoni
show room manas
nyc & pechino
company profile
postatarget
Posteitaliane

Ancora un’altra “P”

Potere

- Prevedere, Fare, Controllare
- Competenza, Capacità di decidere, Controllo
- Controllare

Piano Marketing 2007/2010

Piano di Sviluppo Manas spa

Obiettivo: 100 milioni di euro di fatturato

Strategia: rafforzamento dei marchi e sviluppo area retail

Piano Marketing 2007/2010

Strategia 1: Rafforzamento dei marchi

- Brand è la bussola per orientare gli acquisti
- Marchio come difesa dalle produzioni a basso costo
- Investimenti sul marchio

MANAS

MANAS

MANASDESIGN

MANASDESIGN

MANASLEA FOSCATI

MANASLEA FOSCATI

Piano Marketing 2007/2010

Strategia 2: Sviluppo Area Retail

- Negozi di proprietà, in franchising, in partnership, “shop in shop” e corner
- Da Riccione a Pechino
- Progetto Manas Crea Valore: il negozio di cartone

MANAS LEA FOSCATI

MANAS

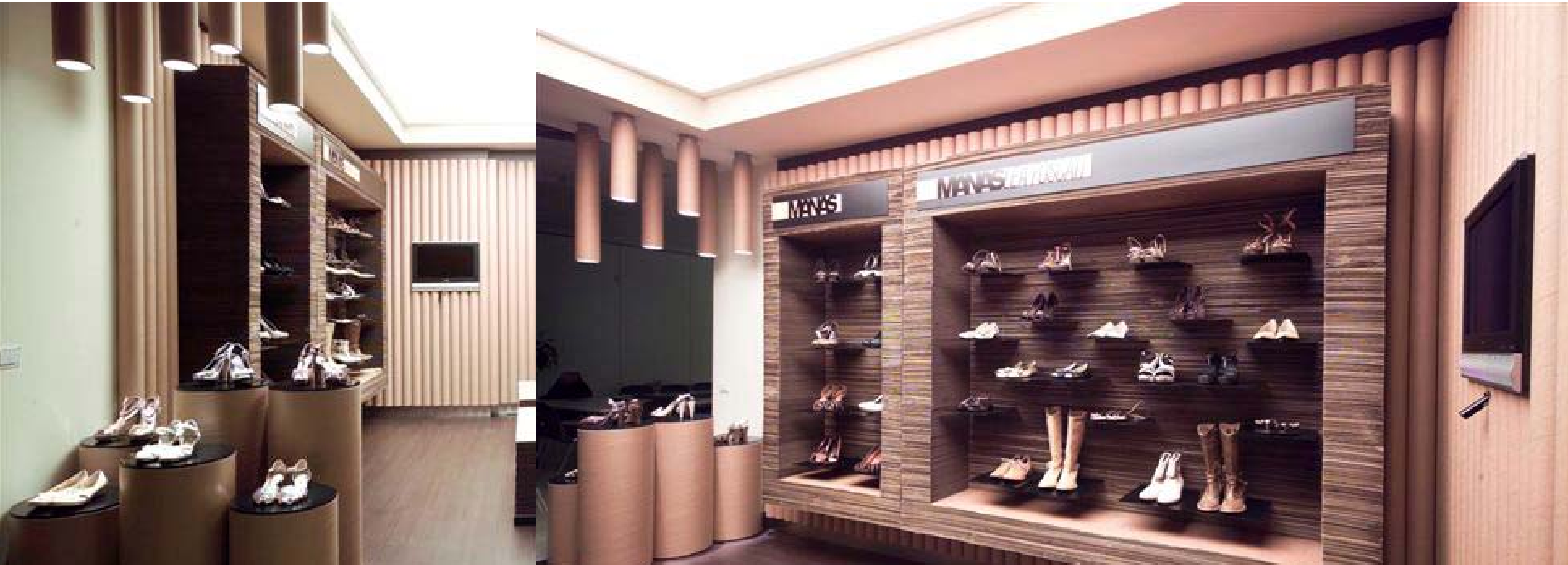
Manas Crea Valore

Idea & progetto

Corner, shop in shop… contenitori di sogni

Cartone: innovazione e semplicità

Corner, Shop in shop … regali da scartare



Manas Crea Valore

Il negozio in cartone

Semplice, eco-compatibile, innovativo

Manas Crea valore

Il negozio in cartone

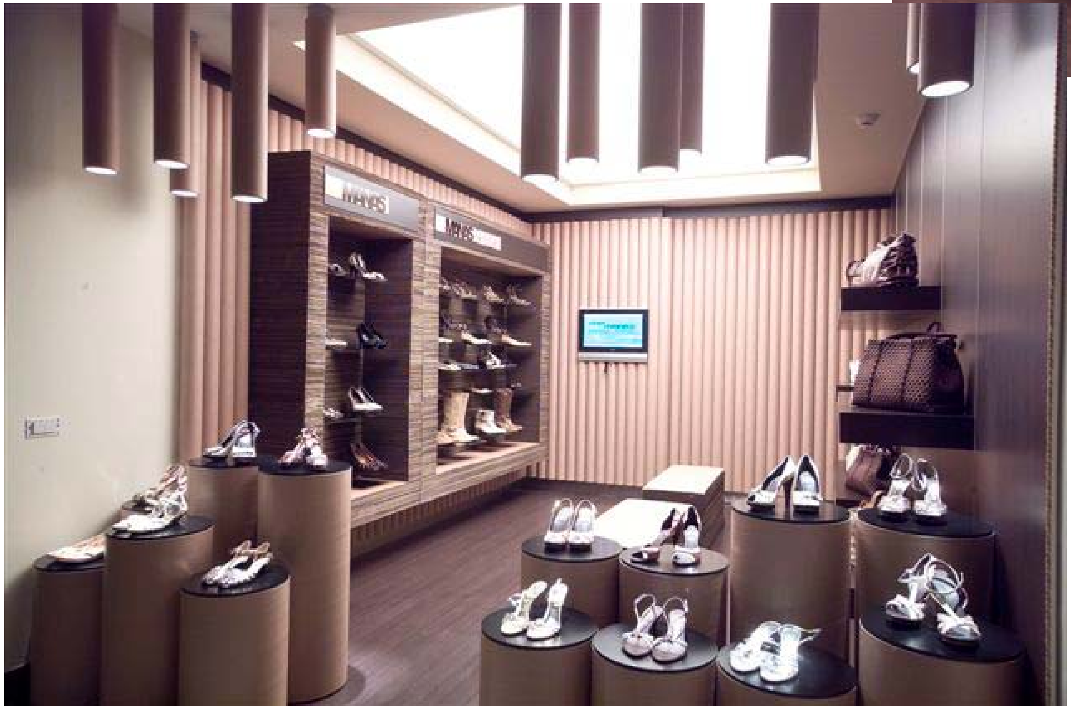
Anima di luce IGUZZINI

MANAS
MANAS

Manas Crea valore

Il negozio in cartone

Architettura d’interni


MANAS
MANAS