



## ***Il Mondo del Business in 180 secondi***

### **IL TUO STRUMENTO DI LAVORO**

Nel video **'NESPRESSO E L'ESPERIENZA SENSORIALE DEL CAFFÈ'**, Lindstrom racconta come **Nespresso** ha reso l'esperienza di bere il caffè a casa attraente quanto quella di berlo al bar, in vacanza o in giro per il mondo.

Nespresso è infatti riuscita a trasformare l'atto di bere il caffè in una **'esperienza dei sensi'**, al di là del posto in cui ci si trova.

Da questo video ricavi **3 PRINCIPI CHIAVE** per rafforzare il tuo marchio:

- 1.** Il 60% dell'esperienza sensoriale è data dall'ambiente di vendita.
- 2.** Per bilanciare le emozioni che il cliente prova all'interno del punto vendita con quelle strettamente legate al prodotto, **potenzia gli aspetti di ques'ultimo che stimolano i sensi del cliente.**
- 3.** Distingui lo stile del tuo punto vendita da quelli tipici del tuo settore, in modo che attiri l'attenzione.

**Vuoi applicare questi principi nel tuo specifico contesto?  
Inizia subito!**

**Dedicati pochi minuti e rispondi alle **DOMANDE GUIDA** a pagina 2:** fare chiarezza su ciò che fai e su ciò che puoi fare da oggi è il primo passo per rendere il tuo marchio virale e competitivo.





**Martin Lindstrom** *Brand Futurist*



***Il Mondo del Business in 180 secondi***

## **IL TUO STRUMENTO DI LAVORO**

**1. L'ambiente di vendita influenza per il 60% la possibilità che i tuoi clienti vivano un'esperienza sensoriale legata al tuo marchio.**

Descrivi cosa fai o cosa puoi fare nel tuo ambiente di vendita affinché il tuo cliente viva o ricordi le emozioni legate ai 5 sensi (vista, udito, olfatto, gusto e tatto). Ad es. le coloratissime confezioni di caffè Nespresso stimolano la vista del consumatore.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---





**Martin Lindstrom** *Brand Futurist*



***Il Mondo del Business in 180 secondi***

## **IL TUO STRUMENTO DI LAVORO**

**2. Quali sono gli aspetti del tuo prodotto/servizio che possono stimolare i sensi dei tuoi clienti, a prescindere dal fatto che si trovino o meno nel tuo punto vendita?** (ad es. Nespresso ha reso più intenso l'odore del suo caffè, per offrire una forte esperienza basata sul gusto).

Pensa ai 5 sensi e scrivi quale tra questi puoi stimolare nei tuoi clienti con i tuoi prodotti/servizi.

Poi indica quali attività (produttive, di marketing, commerciali) puoi sviluppare affinché i tuoi clienti sperimentino una esperienza sensoriale utilizzando ciò che vendi.

---

---

---

---

---

---

---

---





**Martin Lindstrom** *Brand Futurist*



***Il Mondo del Business in 180 secondi***

## **IL TUO STRUMENTO DI LAVORO**

### **3. Quanto lo stile del tuo punto vendita è simile a quello degli altri tipici del tuo settore?**

(es. Nespresso non riproduce lo stile tipico del bar, ma porta nei suoi punti vendita la sensazione del bere il caffè a casa, in un ambiente familiare.)

Elenca 1-3 settori da cui puoi prendere ispirazione per rendere il tuo punto vendita capace di stimolare nei clienti un'esperienza sensoriale diversa e più accattivante rispetto a quella offerta dai tuoi concorrenti.

---

---

---

---

---

---

---

---





**Martin Lindstrom** *Brand Futurist*

*Se vuoi fare il passo successivo...*

**FORMATI LIVE CON MARTIN LINDSTROM!**

Brand Futurist e visionario nel campo del marketing, specializzato nel Branding aziendale e personale rivolto ai Professionisti e alle piccole/medie Aziende, Lindstrom sarà LIVE a Vicenza il prossimo 24 Ottobre nel corso

## **TOTAL - BRANDING**

*Come rendere il tuo marchio più forte, riconoscibile e virale*

**Non perdere l'opportunità di formarti  
con il migliore in questo campo!**

**Per informazioni e iscrizioni:**



*Evento organizzato da*



**CLUB MONDIALE DELLA FORMAZIONE**

**INFOLINE 349.6720652**

**segreteria@clubmondialedellaformazione.it**

**www.clubmondialedellaformazione.it**