

Come presentare il tuo prodotto

Autore : Rosario De Vincenzo

Data : 7 Agosto 2018



Prodotto/Servizio: una semplice formuletta per avere una presentazione chiara, sintetica, utile e di qualità!

In questo articolo parliamo di prodotto. Come viene presentato un prodotto? Quali caratteristiche, vantaggi e benefici? Quali sono i nostri vantaggi competitivi? Quali sono le nostre competenze distintive? Come ci differenziamo?

A queste domande bisogna rispondere con una progettazione precisa, quanto più vicina alla realtà dell'impresa, alle competenze dell'imprenditore del suo *team*, della sua organizzazione e delle sue provviste finanziarie.

Una formula semplice per creare un'analisi dei prodotti che sia coerente con la legge vigente è la formula della "Trinità"!

La formula della "Trinità" dei prodotti è quella che ci viene sempre in aiuto.

- Caratteristiche
- Vantaggi
- Risultati o benefici

Devi applicare questa metodologia per tutti i tuoi prodotti e iniziare a riempire di contenuti. Facciamo un esempio di un servizio che riguarda un bene durevole, come ad esempio auto, e poi un bene non durevole che esaurisce la sua [utilità](#) all'atto del suo [impiego](#), come ad esempio un alimento.

Bene durevole ipotesi di un'auto di lusso:

Caratteristiche: motore - cilindrata - velocità - peso - ruote - accessori interni - *optional* - prezzo - ecc..

Vantaggi: comoda alla guida - silenziosa - spaziosa - piacevole da guidare - rispetta l'ambiente - acustica piacevole - poltrone comode.

Benefici/risultati: puoi fare dei viaggi in totale comodità sicurezza e *comfort* - possiedo un prodotto di grande qualità - sono felice nel guidare la mia auto - è stupenda la sensazione che provo quando tocco lo sterzo in pelle - ecc..

Ora proviamo un bene non durevole alimentare:

Caratteristiche: pane integrale cotto a legna con semi di finocchietto - imbustato in sacchetti da 25 gr. monodose - 30 calorie.

Vantaggi: posso portare la confezione in borsa e mangiare le monodosi nel corso del giorno - ho la possibilità di avere sempre lo spuntino a portata di mano - ho un prodotto buono e gustoso - grande qualità.

Risultati/Benefici: faccio la dieta in modo semplice e dimagrisco con l'alimentazione misurata in confezioni già pronte per l'uso - posso fare spuntini e non avere mal di stomaco - miglioro la mia salute grazie all'aumento del mio processo metabolico dopo aver mangiato la fettina di pane integrale nono dose mi sento pieno di energia.

Ovviamente, questi sono esempi, ora devi iniziare tu a lavorare e scrivere la tua "Trinità" dei tuoi prodotti o servizi. Questo modello lo puoi applicare su tutto, anche sui servizi finanziari, assicurativi, fiscali e in qualsiasi contesto; ci saranno sempre delle caratteristiche da elencare, dei vantaggi che genererà il tuo prodotto e dei risultati che apporterà dopo aver utilizzato, il risultato. Ti semplifico con la tabella per gli esercizi:

Prodotto:

Caratteristiche:

Vantaggi:

Benefici/Risultati

Hai visto che potenza?

Ora hai le idee più chiare, potrai descrivere subito i punti di forza dei tuoi prodotti e farli diventare il *top* in termini di vantaggi e soprattutto di benefici e risultati.

Vuoi emozionarti immortalando i momenti più belli della tua vita? Ecco che il nuovo iPhone è pronto per te! Posso partire dal risultato per valorizzare i vantaggi e le caratteristiche.

A questo punto, puoi progettare lo *slogan* che rappresenti immediatamente il risultato e lavorando su questi aspetti che devi *trovare la vera differenza che fa la differenza, quasi come se fossi in un mercato monopolistico*.

Pensa al tuo prodotto o servizio come se fossi l'unico a proporlo, come sei tu avessi il monopolio di quel prodotto; sei l'unica persona capace di avere quel prodotto.

Poniti questa domanda: *"In che modo posso differenziarmi dagli altri"?*

Potresti modificare le caratteristiche, i vantaggi ed individuare nuovi benefici: immagina, sii creativo, cerca di progettare quali sono le emozioni che potrebbe generare il tuo prodotto, quali effetti genererebbe in un determinato contesto.

Ad esempio, una barca, oltre alle specifiche caratteristiche, può emozionarti per il profumo del mare, il piacere di un tuffo nelle acque blu, il fruscio delle onde, la grandezza del mare e ogni altra sensazione che ci stimola ad attivare i nostri interruttori emozionali affinché quella esperienza diventi unica.

Questa ora è la tua abilità, lo studio che devi compiere per differenziarti e creare la tua differenza che fa la differenza!

Esercitati ad individuare le caratteristiche, i vantaggi e i benefici/risultati dei tuoi prodotti, e poi cerca di *individuare anche quali emozioni vuoi che generino* i tuoi prodotti e in che modo questo possa essere utile al tuo mercato.

Prodotto 1:

Caratteristiche:

Vantaggi:

Benefici/Risultati

Emozioni -

descrivi le

emozioni che

vuoi generare

Alla prossima.

Un caro abbraccio.