

◆ Segmentazione dell'offerta moda

Offerta: Sistema di prodotto

Occorre considerare tutte le componenti tangibili ed intangibili della prestazione che possono influenzare il valore percepito dall'acquirente

Segmentazione dell'offerta moda

- **Alta Moda:** prodotti unici ed irripetibili dal valore **elevato, produzione sartoriale (pochissimi clienti)**
- **Prêt-à-Porter:** collezioni e capi griffati sia con il nome **degli stilisti che con marchi solamente aziendali, produzione industriale, taglie universali** (numero significativo di clienti)
- **Abbigliamento Uomo:** abito fatto su misura, abito classico, pronto-moda
- **Casualwear-Sportswear:** unisex, tecnico-sportivo, prodotto crossing
- **Abbigliamento bambino-bambina**
- **Accessori:** intimo; calze e collant, cravatte, maglieria, cappelli, guanti, sciarpe, foulard, gioielli, orologi, calzature, occhiali, borse e pelletteria, profumi.

Esercitazione– Disegnare il diagramma di Abell per l’offerta moda

Avendo individuato le funzioni d’uso del prodotto, le tecnologie ed i gruppi di clienti è **possibile costruire il diagramma di Abell** ed individuare le diverse aree d’affari che fanno parte di questo business.

1) L’area di business “**abbigliamento per bambini**” è definita da: funzione d’uso del prodotto: abbigliamento di base per bambini; clienti: bambini; tecnologie: processo industriale.

In quest’area possiamo collocare i marchi commerciali

2) L’area di business “**Prêt-à-Porter**” è definita da: funzione d’uso: collezioni e capi griffati sia con il nome degli stilisti che con marchi solamente aziendali per uso quotidiano; gruppi di clientela: donne; tecnologie: processo industriale.

In quest’area è possibile collocare, ad esempio, i marchi

3) L’area d’affari “**abbigliamento uomo**” è definita da: funzione d’uso: uso quotidiano; gruppi di clientela: uomo; tecnologie: processo industriale e artigianale.

I marchi commerciali che si sono collocati in quest’area sono, ad esempio,

4) L’area d’affari “**Casualwear-sportswear**” è definita da: funzione d’uso: abbigliamento quotidiano comodo e sportivo; gruppi di clientela: unisex; tecnologie: processo industriale.

Rientrano in quest’area i marchi

5) L’area di business “**Alta moda**” è definita da: funzione d’uso: abbigliamento esclusivo; gruppi di clientela: uomini e donne; tecnologie: processo artigianale.

Rientrano in quest’area

6) Infine, l’area di business “**Accessori**” è definita da: funzione d’uso: completare abbigliamento; gruppi di clientela: uomini e donne; tecnologie: si possono utilizzare processi industriali ed artigianali.

Rientrano in quest’area.....



