



# DAL LOW COST ALL'ULTRA LOW COST (ULC) *RISALENDO* VERSO LA FASCIA ALTA – 1 PARTE



Leggendo un articolo sull'HARWARD BUSINESS REVIEW, emerge che , oggi chi si salva e rimane competitivo è perché è riuscito a mantenere un situazione di fascia alta, quello che in gergo si chiama "premium".<sup>1</sup> Vale per tutti i settori in generale, sia b2b che b2c. Ma si sta sviluppando un nuovo segmento: L'ULTRA LOW COST...

## CHI?

I paesi emergenti oltre a produrre low cost, stanno creando un nuovo segmento: *l'ultra economico.(ULC)*

Qui i prezzi sono ancora più bassi del low cost...

## PERCHE'?

I nuovi prodotti nascono quindi già a prezzi veramente più bassi in partenza per chi si può permettere nei paesi cd emergenti ma più poveri, può permettersi solo beni a questi prezzi Per moltissime persone quindi che possono acquistare in questo modo , di conseguenza nascono tantissimi mercati

## QUINDI?

i volumi sono enormi

## CHE COSA PUO' SUCCEDERE?

In teoria, l'ultracost ed il low cost, non andrebbero mai a toccare la fascia più alta. Chi è sopravvissuto alla crisi o chi ha aumentato il valore sul mercato ha vinto in questo periodo..

Alcuni esperti dicono però che non è così.. Infatti il rischio che l'ultraeconomico possa intaccare anche le altre fasce c'è.!

---

1

Da wikipedia: [premium price](#): il *premium* (o *prestige*) *pricing* consiste nel fissare prezzi nella fascia più alta per la categoria merceologica trattata. I consumatori sono disposti a comprare prodotti con prezzi premium perché credono che esso indichi un livello di qualità superiore.



Questa tendenza fa sì che:

**PRIMA OCCORRE CAPIRE  
IN CASA  
QUANTO VALORE  
ABBIAMO**

**POI CAPIRE SE E COME  
SFRUTTARE L' ULC**

Questo dice che **prima occorre farsi una bella analisi di coscienza e poi cercare di non mettersi il paraocchi verso questa tendenza.**

In questa **prima parte,**

**vediamo come e quanto siamo davvero bravi**

**e di conseguenza**

**quanto ci conviene stare nella fascia premium**

**NOI DELLA FASCIA ALTA QUANTO SIAMO DAVVERO  
BRAVI?**

Chi sta nell'area premium, per il momento e non per tutti, rimane abbastanza tranquillo perché sa di poter giustificare a chi compra il suo prezzo + alto, rispetto a quello delle altre fasce di mercato.

**PERCHÉ DOVREBBERO SPENDERE UN PREZZO + ALTO?**

C'è una unica risposta: se tutto quello che offro in più ( innovazione, servizio, assistenza, consulenza etc etc) **è veramente reale**

**I MIEI CLIENTI POSSONO PERMETTERSI I MIEI  
PRODOTTI/SERVIZI**

**AD UN PREZZO +ALTO?**

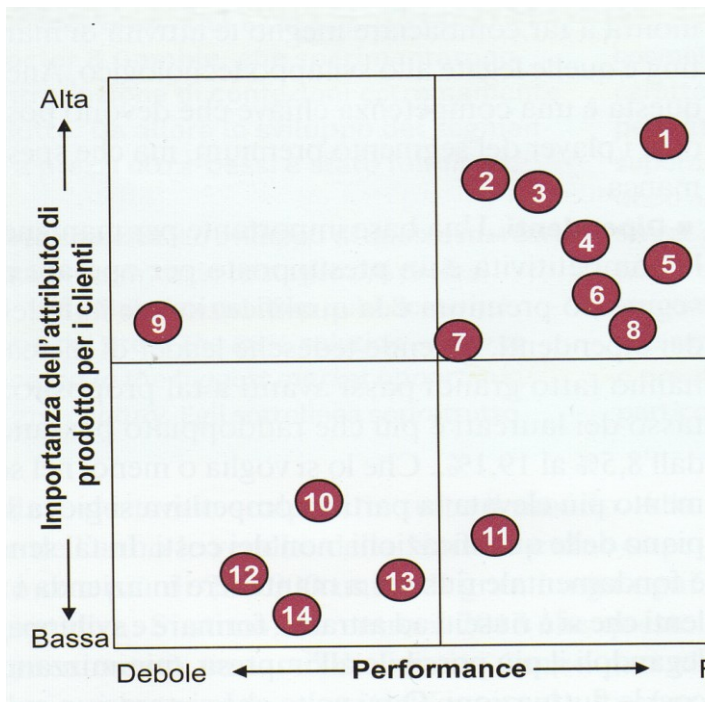
Il permettersi di spendere di più, non è solo una questione di tasca... è una questione di concretezza di **dare valore reale**

**Creare e proporre il valore: si può fare**

**Comunicarlo, farlo capire a chi compra: è più  
difficile**



Secondo una ricerca fatta <sup>2</sup> SU 136 aziende leader nei propri settori, e che lavorano nella fascia "premium" , ci sono alcuni fattori DETERMINANTI, che se effettivamente eseguiti per la clientela, assicurano la permanenza e l'essere vincenti:



1	Qualità del prodotto
2	Rapporto qualità prezzo
3	Puntualità nella consegna
4	Consulenza tecnica
5	Assistenza post vendita
6	Vicinanza al cliente
7	Flessibilità nella consegna
8	Integrazione con i sistemi informativi de clientela
9	Prezzo
10	Distribuzione
11	Made in Italy
12	Cooperazione con fornitori
13	Brevetti
14	Pubblicità

Se siamo bravi, significa che :

- abbiamo tutte le risorse ( personale, relazioni con enti di sviluppo , R&s,)
- ascoltiamo il cliente e ci facciamo aiutare a crescere
- **curiamo** i valori reali che ci fanno distinguere
- **ci formiamo piu' che per imparare, per adeguarci**

**SIAMO CONCRETI NEL DARE EFFETTIVAMENTE I VANTAGGI CHE GIUSTIFICANO IL PREZZO.**

## **QUANTO CI CONVIENE STARE IN "ALTO"?**

Ma dire quanto ci conviene stare nella fascia alta, significa pensare se:

- siamo bravi a capire CHE VALORE DIAMO AI NOSTRI PRODOTTI
- Se i numeri di questo mercato BASTANO PER TUTTI

<sup>2</sup> SIMON -KUCHER & PARTNERS



Pochi numeri ma di alto valore?	Quanti siamo in questo gruppo?
Riusciamo a non azzannarci con gli altri ( anche in questa fascia..)?	Gli altri fanno cose con valore percepito piu' alto?

Stare troppo in alto si rischia di **non vedere... in basso**: pretendere di stare in alta classifica significa POTER DIFENDERE LA POSIZIONE, ma stare attenti alle squadre emergenti. Di solito sono molto giovani, motivate, e... ANCHE A LORO PIACE SALIRE IN CLASSIFICA.

Ma in questo caso, **la classifica non è sul prezzo, ma sullo sviluppo , mantenimento del mercato e sopravvivenza nel futuro.**

Nel prossimo articolo: CAPIRE SE COME E QUANDO SFRUTTARE L'ULTRA LOW COST

**Stefano Marangoni**