



# **DAL LOW COST ALL'ULTRA LOW COST (ULC) *RISALENDO* VERSO LA FASCIA ALTA – 2 PARTE**



Dopo l'analisi del precedente articolo, vediamo oggi se, come, quando, se conviene, per andare nell'ultra economica (ULC)

Andare nell'ultra low cost significa prima di tutto

## **RISPONDERSI:**

**POSSO SODDISFARE UNA DOMANDA DI BENI CHE I CONSUMATORI  
NEI PAESI EMERGENTI SI POSSONO PERMETTERE?**

## **Se andare nell'area ULC?**

Se non guardiamo solo al proprio mercato attuale, quindi non pensiamo solo ai numeri ed invece siamo bravi capire che cosa hanno bisogno i clienti in questi mercati allora possiamo pensare di andare là...

## **Come andare nell'area ULC?**

Pensare come loro, adeguare la R&S alle loro risorse, essere lì o cooperare con coloro che sono nel loro paese se non abbiamo le competenze interne, o produrre in loco.

## **Quando andare nell'area ULC?**

Ricordiamoci che i produttori locali, POSSONO CREARE PRODOTTI SODDISFACENTI CHE ATTACCHERANNO LA FASCIA ALTA.

## **Gli altri possono fare cose con valore percepito più alto!**

Se sono costretti, possono inventare soluzioni innovative legate alle proprie risorse in loco, rendendole veramente appetibili e giustificando così UN MAGGIOR VALORE PERCEPITO.

Diventa non un aumento di business, MA UN ATTACCO DIFENSIVO.



## **Se conviene andare nell'area ULC**

Conviene se :

- se si puo' allargare ANCHE la propria presenza nel ULC
- Se si mantiene la presenza nel mercato premium
- Se si usa un marchio diverso
- Se si usa un produttore locale
- Se si possono compensare i minori margini del premium con altri margini del ULC

Se insomma si riducono un po' i prezzi nel mercato premium e si sta con prezzi magari un po' più alti nel settore ulc. Avere un piede in due scarpe..

### **Presunzione scomparsa?**

Solo perdendo una presunzione di essere nel settore di fascia alta, e cercando di essere un po' flessibile ( oltre ad avere un esercito di elite, bisogna avere delle forze speciali..) si puo' pensare di non essere sconfitti dai più piccoli.

Non diventa solo una battaglia sul prezzo verso i nostri mercati attuali ( *cercare di non portare la "guerra" sul proprio territorio*), ma significa andare a fare "guerra" nel paese che ci sta attaccando. Un po' per tenerli impegnati, quindi ....

**STEFANO MARANGONI**