

The background features a dark blue gradient with several concentric circles. Two of these circles are dashed lines, while the others are solid. Two small blue dots are positioned on the dashed circles, one in the upper right and one in the lower left.

# **WORKSHOP** **What a brand!**

FORMAZIONE   MARKETING   CONSULENZA

**Il tuo Brand è  
speciale  
Rendiamolo unico  
e indimenticabile**

- 1. Obiettivi**
- 2. A chi è rivolto**
- 3. Perché è diverso**
- 4. Struttura e contenuti**
- 5. Cosa ti lascerà**
- 6. Vision to Action**
- 7. Chi siamo**

# Un workshop, due obiettivi

**Attraverso l'utilizzo del nostro modello di brand building**

che prende spunto dai principali modelli strategici operativi di grandi multinazionali F.M.C.G.



## 1 Capabilities

**Elevare le capabilities strategiche del reparto  
Marketing ed acquisire un metodo operativo**



## 2 Brand Strategy

**Mettere a fuoco l'essenza di un brand dell'azienda  
e delineare nuove strategie di crescita**

# Per il team marketing ma non solo

Il workshop è rivolto principalmente ai team di Marketing, ma è possibile coinvolgere stakeholders da altre aree funzionali dell'azienda (con un minimo di 6 persone)

Il workshop è modulabile e la **durata tipica** è di **2 o 3 giorni**, preferibilmente off-site

01

## Visione condivisa

Riunisci il tuo team, costruisci una visione condivisa

02

## Brand strategy

Affina la tua Brand Strategy e il tuo piano di comunicazione

03

## Nuove opportunità

Ottimizza il lancio di nuovi prodotti o servizi



# Sessioni **interattive**

Un workshop coinvolgente e strutturato

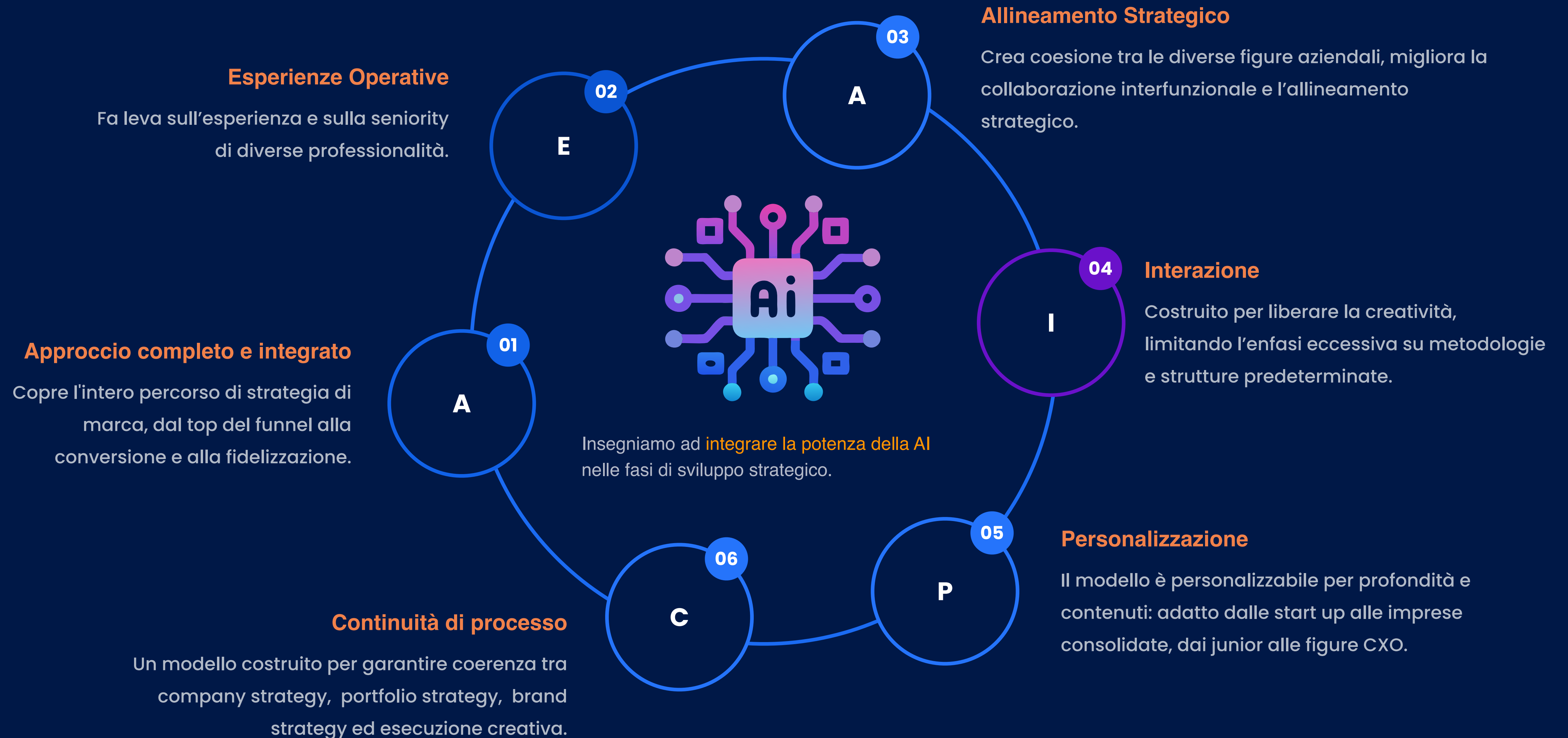
La collaborazione nelle sessioni interattive fra azienda e consulenti genera un valore esponenziale

- Scopri come vengono **costruiti** i **marchi** più forti
- Quali sono gli **elementi fondativi** necessari per creare una brand unico
- Come costruire una **strategia di brand** vincente

**Allineamento  
strategico**

**Collaborazione  
interfunzionale**

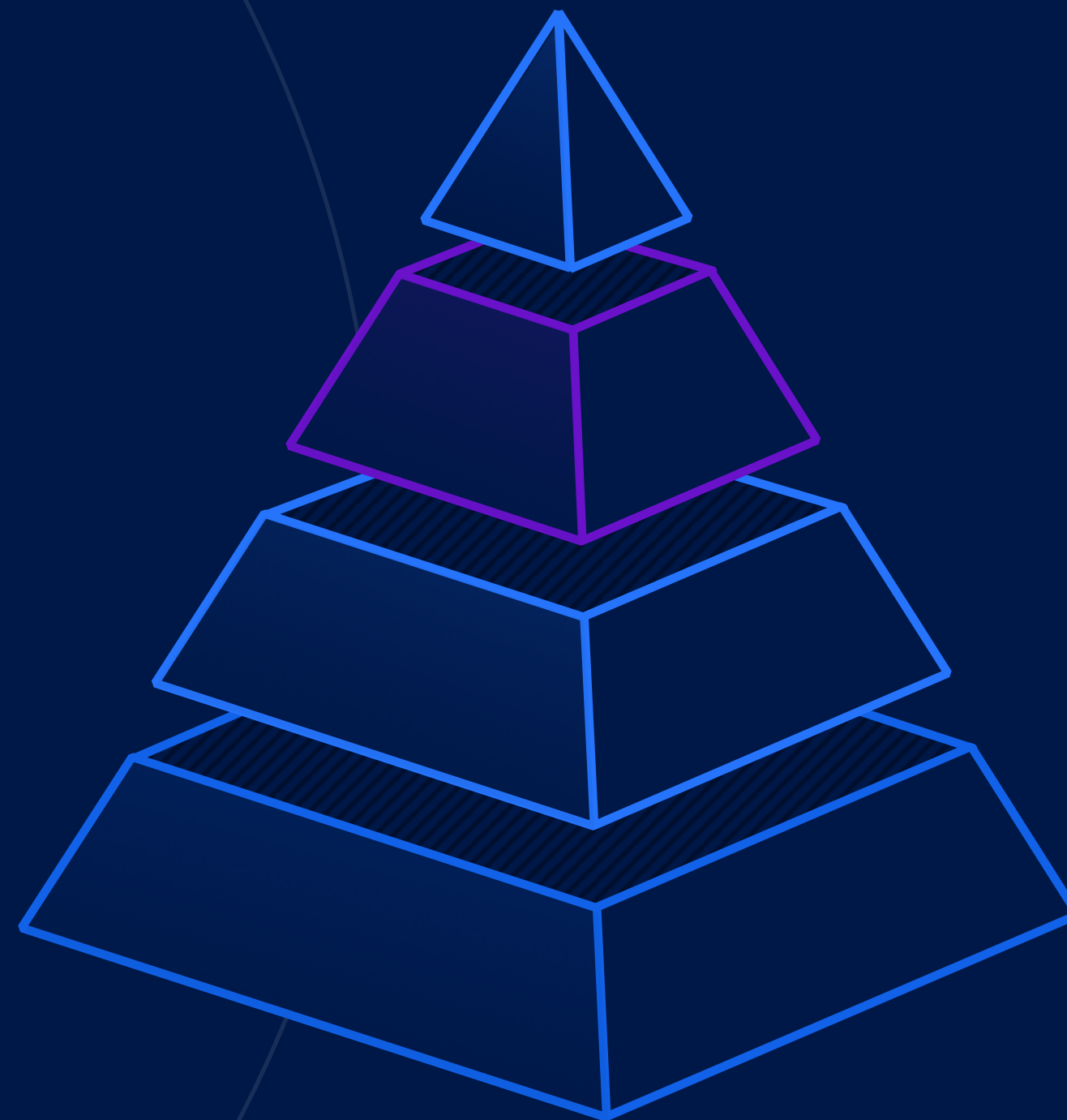




Il workshop si svolge in **due fasi**

fase 1

**Rivisitazione  
Prospettica**



fase 2

**Nuova direzione  
Strategica**

I contenuti sono modulabili e la **durata tipica** è di **2 o 3 giorni**, preferibilmente off-site

fase 1 **Rivisitazione**  
**Prospettica**



Mercato

- Trend di mercato
- Sottocategorie
- Share
- Segmentazione per occasioni di consumo
- Altri criteri di segmentazione
- Category insights
- Drivers of choice



Consumatore

- Usage & attitudes
- Drivers of choice
- Nuovi trend
- Buyer personas
- Consumer insights
- Customer journey map



Brand as is

- Posizionamento corrente
- SWOT
- Brand Strategy attuale
- Brand performance corrente vs desiderata

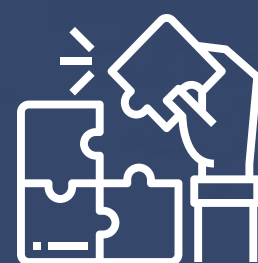


Arena competitiva

- Analisi dei competitors
- Brand overlaps and switching



fase 2 **Nuova direzione**  
**Strategica**



Company Strategy

- Company Vision & Ambition
- Company Values
- Key Plays



Portfolio Strategy

- Territori di crescita
- Ruolo dei Brand
- Portfolio matrix
- Opportunità di Premiumizzazione
- Fill the gaps:
  - Riposizionamento
  - Brand extensions
  - Innovazione
- Allocazione efficiente delle risorse
- Share of Market vs Share of Voice



Brand Strategy

- Brand Strategy
  - Brand Vision & Ambition
  - Brand Purpose
  - Brand Essence e USP
  - Brand Identity architecture
  - Territori di comunicazione e attivazione dei touch point
- Dalla Strategia all'Esecuzione
  - Advertising Strategy & brief
  - Media Strategy
  - Marketing & Trade Marketing Funnel



Brand Ecosystem

- La marca oltre i confini della categoria
- Brand Ecosystem

fase 1

# Rivisitazione Prospettica

## Prima del workshop

- Raccolta di **informazioni pre-workshop** da parte del team Marketing, essenziale per velocizzare la parte di analisi
- Un semplice **questionario di self-assesment** verrà inviato ai partecipanti per comprendere lo status quo e i gap percepiti

## Durante il workshop

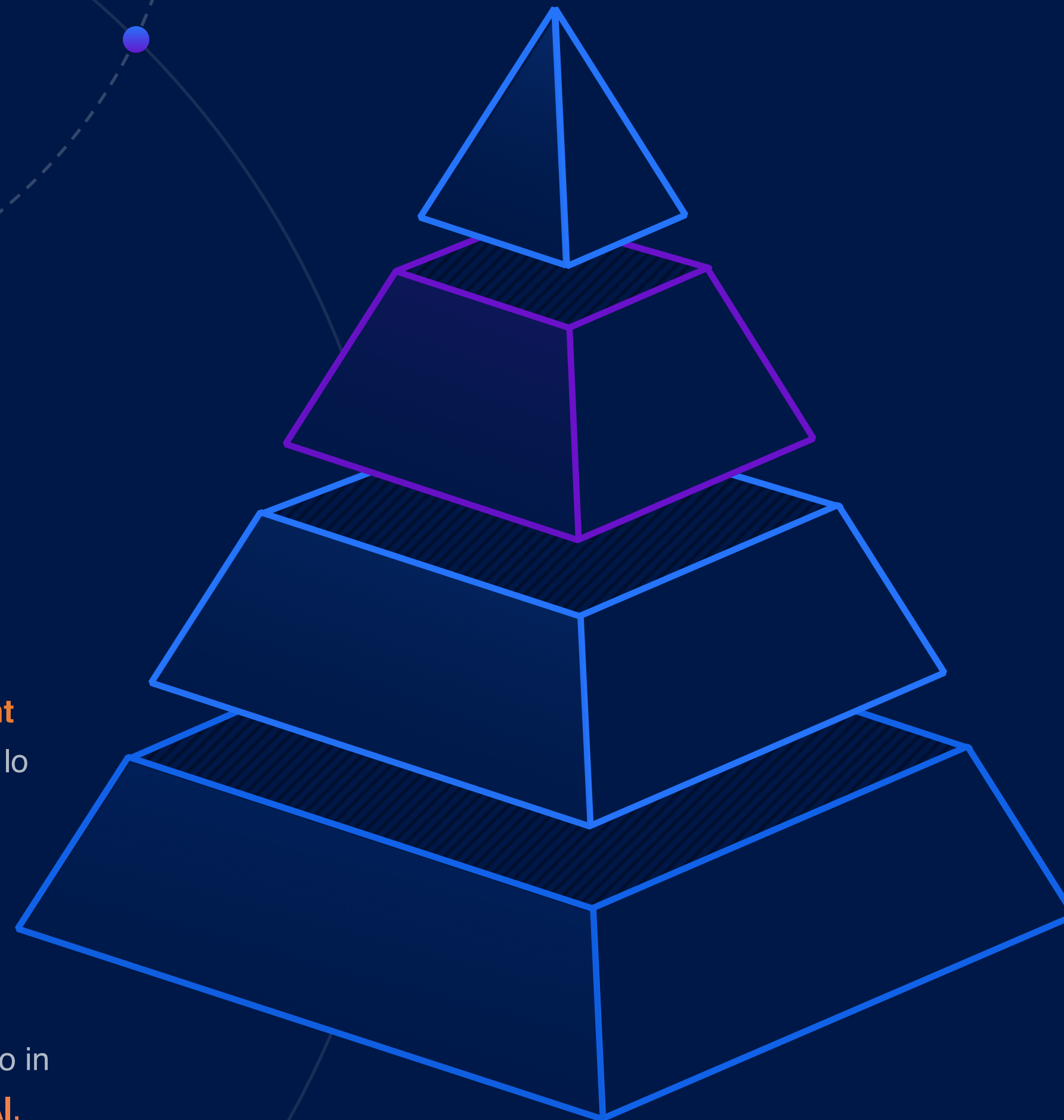
- Analizzeremo le informazioni sullo status quo in **ottica prospettica**, anche con l'**aiuto dell'AI**, per individuare in via preliminare le opportunità di crescita, i gap e le barriere da rimuovere

fase 2

# Nuova direzione Strategica

## Durante il workshop

- Il workshop prevede una overview sui 4 moduli, con focus su **Brand Strategy**
- Il workshop è **modulabile** e può essere composto dando maggior o minor peso a ciascuno dei 4 blocchi della direzione strategica
- In ciascuna fase svilupperemo un **metodo** per creare la propria strategia, analizzeremo **case studies** di successo, faremo degli **esercizi** di gruppo lavorando su un brand dell'azienda





## Strategic Thinking

Acquisizione di un metodo strategico e operativo consolidato

## Strategic Mindset

Maggior fiducia nelle proprie capacità di pensiero strategico

## Nuove idee e stimoli

Per indirizzare la strategia della tua azienda e del tuo brand  
Per massimizzare l'efficacia e il ritorno sugli investimenti di marketing  
Per incrementare la conversion e le performance di business

## Vision to action

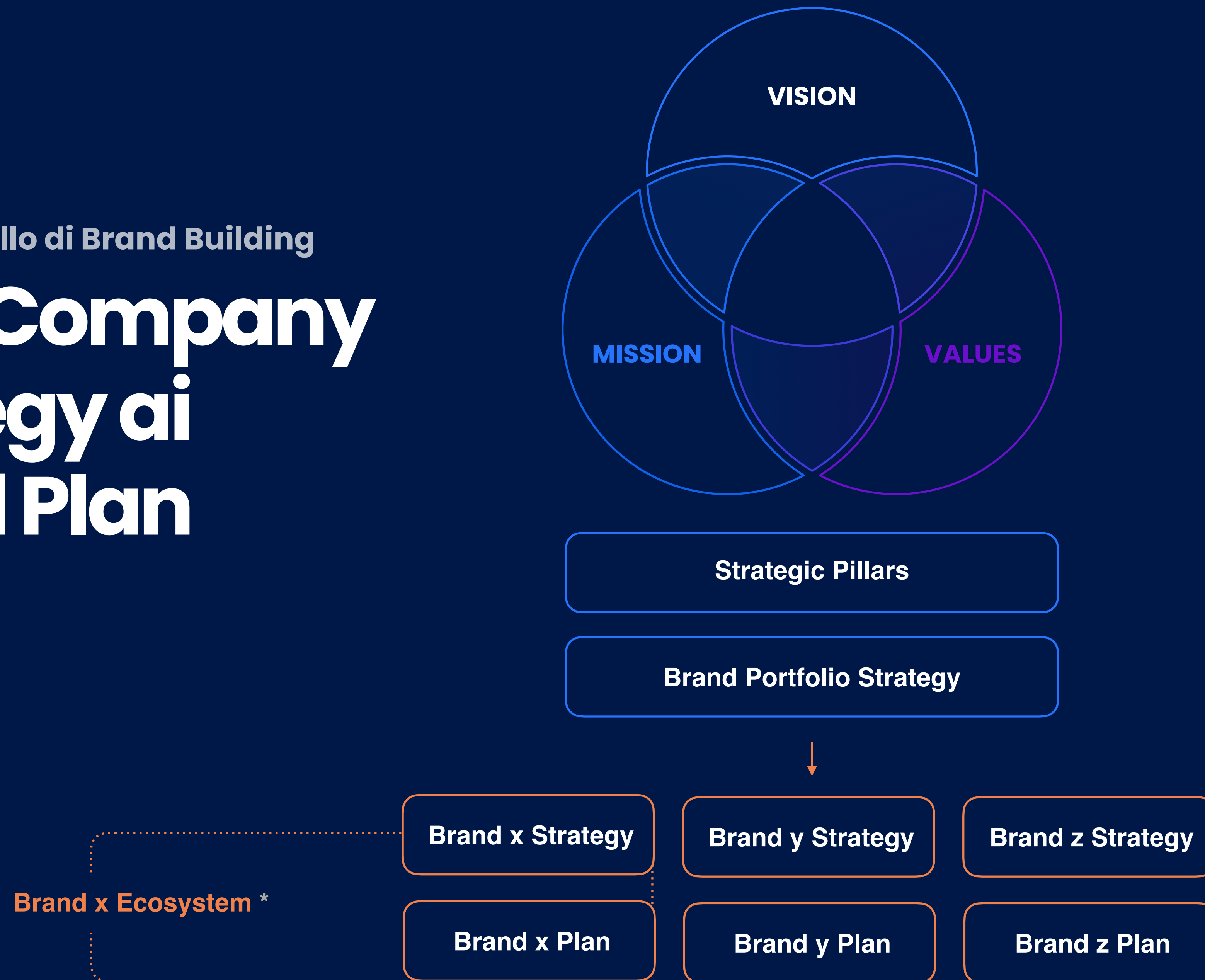
Un framework per affinare le tue strategie, assicurare la coerenza fra esecuzione e visione strategica e amplificare i risultati di business





Il nostro modello di Brand Building

# dalla Company Strategy ai Brand Plan



\* prodotti e servizi interconnessi che amplificano la brand experience

# Chi siamo

Siamo due liberi professionisti che uniscono le loro competenze per offrire formazione, consulenza strategica e servizi di marketing basati su 30+ anni di esperienza lato azienda, agenzia di comunicazione, consulenza e training.

## Il nostro impegno

è migliorare le capabilities strategiche dei reparti marketing e supportarli con un approccio pratico “hands on” nella costruzione dei love brands del futuro, ottimizzando la conversione e le performance di business.



**Piercarlo Mazzara**  
Founder and Consultant



[pmazzara@whatabrand.it](mailto:pmazzara@whatabrand.it)



**Marco Alberizzi**  
Founder and Consultant



[malberizzi@whatabrand.it](mailto:malberizzi@whatabrand.it)





# What a brand!

Via Tortona 37 – 20144 Milano



[info@whatabrand.it](mailto:info@whatabrand.it)



[whatabrand!](#)

## Disclaimer

Questo documento e le informazioni ivi riportate sono di proprietà di What a brand!

Il «What a brand! Workshop» è un modello di formazione che prevede interazione in aula fra consulenti-formatori e personale dell'azienda committente. I lavori di gruppo costruiti su dati e marche dell'azienda sono mere esercitazioni. L'output non è da intendersi come documento di raccomandazione strategica.

What a brand! offre parallelamente servizi di consulenza strategica ad hoc su mandati specifici.