



Le nuove frontiere del Marketing: il Marketing esperienziale

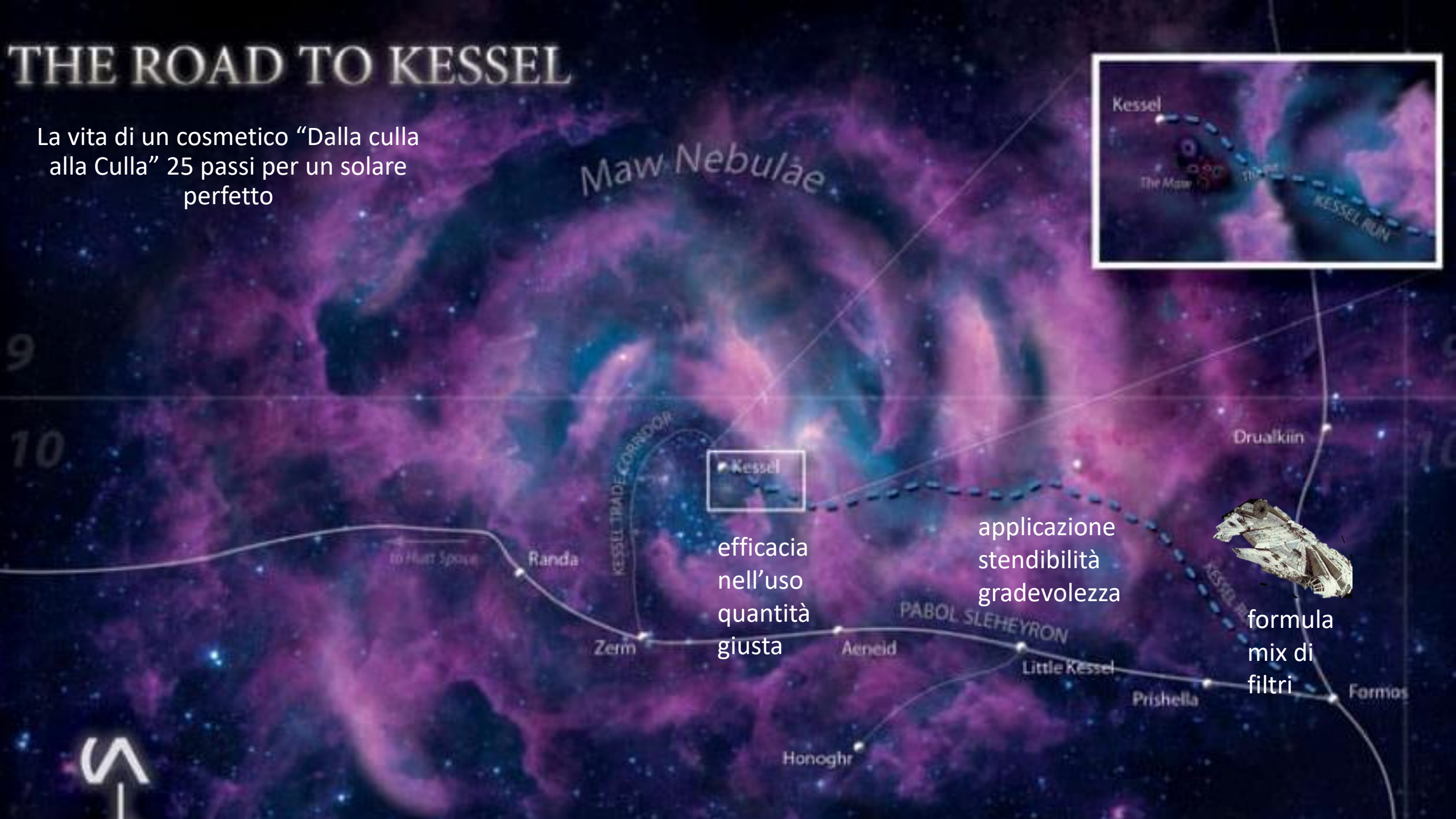
Dr. Elisabetta Casale

Farmacista, cosmetologa, docente universitario

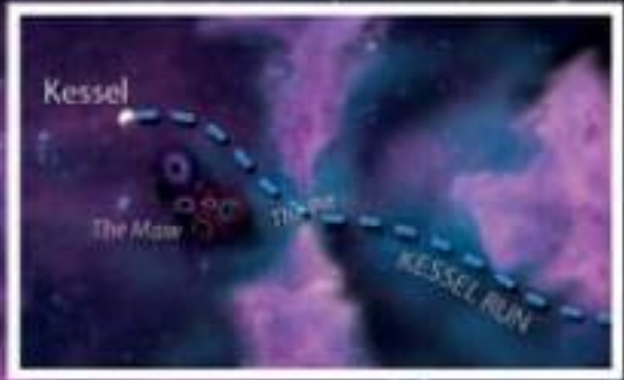
Milano, 22-23 Novembre

THE ROAD TO KESSEL

La vita di un cosmetico “Dalla culla alla Culla” 25 passi per un solare perfetto



Maw Nebulae



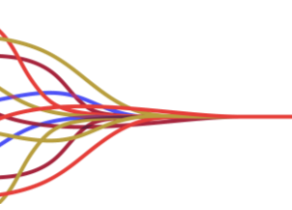
efficacia
nell'uso
quantità
giusta

applicazione
stendibilità
gradevolezza



formula
mix di
filtri





efficacia

gradevolezza

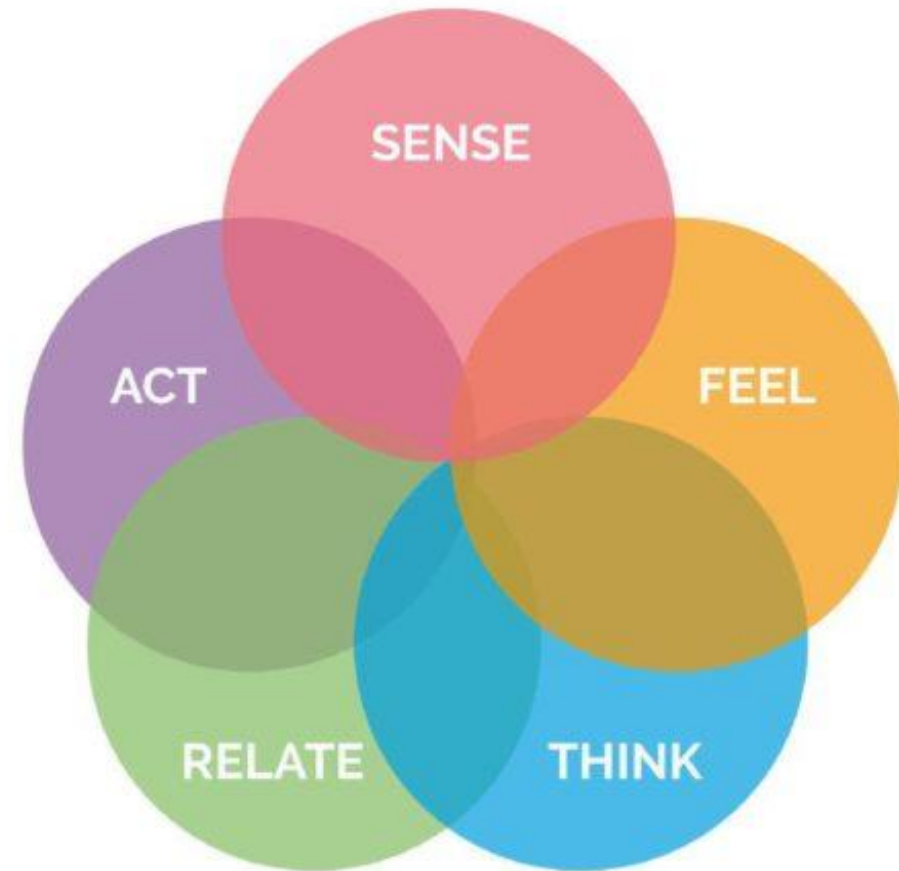
sostenibilità



Il Marketing esperienziale è uno strumento strategico,
completo e incisivo

SEM

Prendiamo come traccia i 5 gruppi di esperienze definiti dal celebre Bernd H. Schmitt, professore di International Business presso il Dipartimento Marketing della Columbia Business School di New York e chiamati da lui **SEM** (Strategic Experiential Modules)



SEM: Strategic Experiential Modules

I 5 SEM agiscono in una scala di coinvolgimento crescente

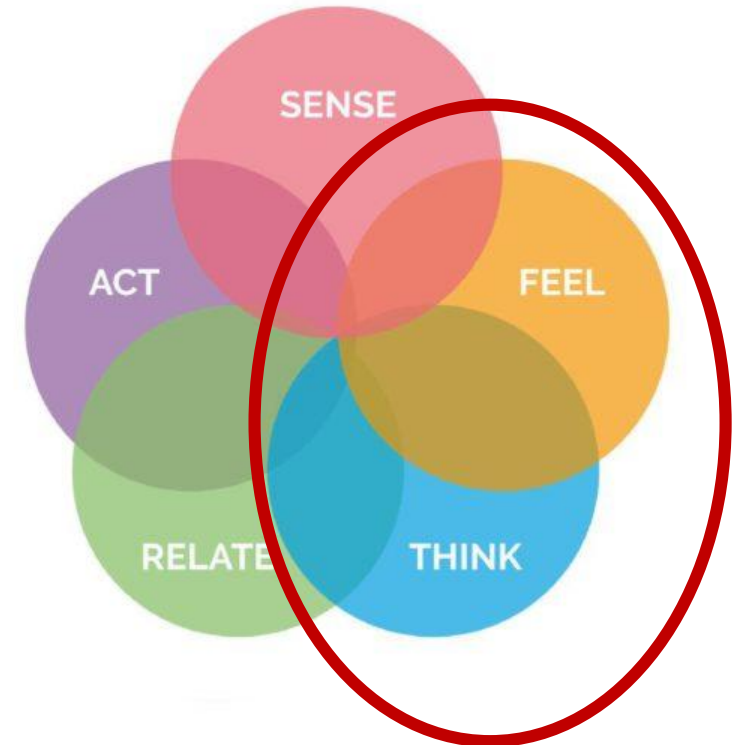
1. SENSE: è un modulo che costruisce esperienze che coinvolgono la percezione sensoriale, facendo ricorso alla vista, all'udito, al tatto e all'olfatto del consumatore.

su questo MODULO ho costruito quello che amo chiamare una vera esperienza "cosmetica"



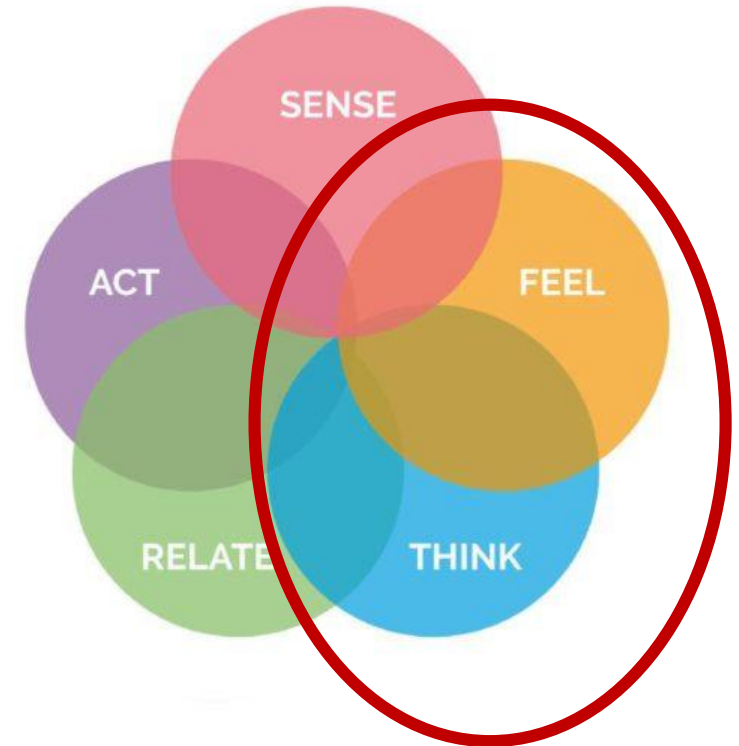
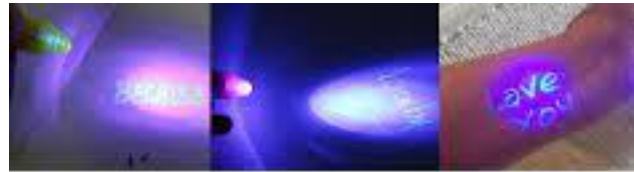
SEM: Strategic Experiential Modules

2. FEEL: è il modulo al quale afferiscono le esperienze affettive ed interiori del cliente. In questo caso, l'obiettivo è quello di creare esperienze, collegate alla marca o prodotto, in grado di suscitare emozioni
3. THINK: è il modulo che persegue l'obiettivo di produrre esperienze creative e cognitive nella mente del consumatore, al suo desiderio di essere sorpreso e provocato, alla sua propensione a riflettere, risolvere, scovare ed escogitare.



SEM: Strategic Experiential Modules

FEEL & THINK

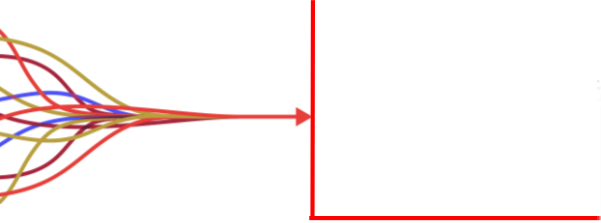




ACT: è il modulo che produce esperienze che coinvolgono la fisicità; i clienti vengono coinvolti in azioni corporee, in grado di arricchire la loro esperienza

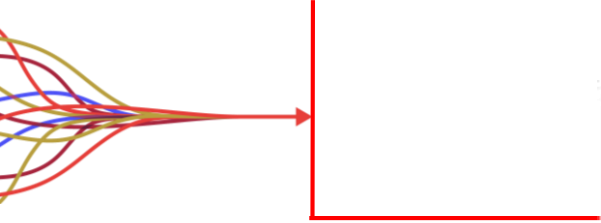
ma tu quanto ne usi???

come lo spalmi? quanto ne spalmi? ogni quanto?



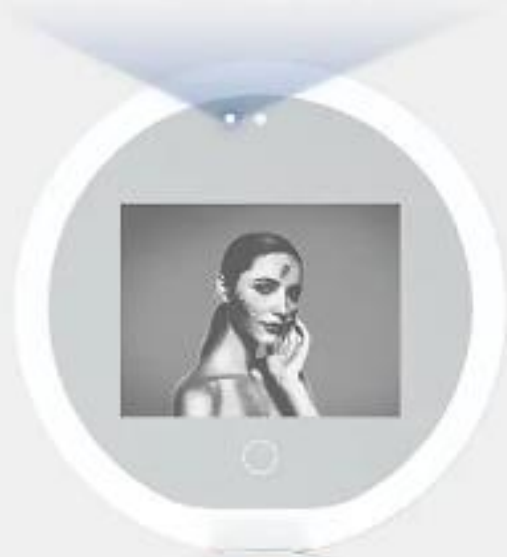
ACT: è il modulo
che produce
esperienze che
coinvolgono la
fisicità





MONITOR THE EFFECT OF SUNSCREEN APPLIED ANYTIME

UV Test Camera Built in & 2X Magnifying Mirror



No sunscreen



Missing sunscreen



Sunscreen off



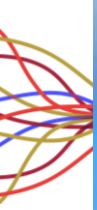
Sunscreen ok



1.5 hours later



3 hours later



Handy
Application
Tab



UV detection stickers can assist people to reapply sunscreen

Preventive Medicine 124 (2019) 67–74



ELSEVIER

Contents lists available at ScienceDirect

Preventive Medicine

journal homepage: www.elsevier.com/locate/ypmed



UV detection stickers can assist people to reapply sunscreen

Elke Hacker^{a,b,*}, Caitlin Horsham^a, Helen Ford^a, Gunter Hartel^c, Catherine M. Olsen^b,
Nirmala Pandeya^b, Monika Janda^{a,d}

^a Institute of Health and Biomedical Innovation, School of Public Health and Social Work, Queensland University of Technology, Brisbane, Australia

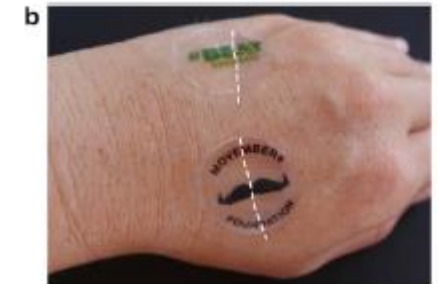
^b Population Health Department, QIMR Berghofer Medical Research Institute, Brisbane, Queensland, Australia

^c Statistics Unit, QIMR Berghofer Medical Research Institute, Brisbane, Queensland, Australia

^d Centre of Health Services Research, Faculty of Medicine, The University of Queensland, Brisbane, Queensland, Australia

E. Hacker, et al.

Preventive Medicine 124 (2019) 67–74



Assessing Sunscreen Protection Using UV Photography: Descriptive Study

JMIR DERMATOLOGY

Horsham et al

[Original Paper](#)

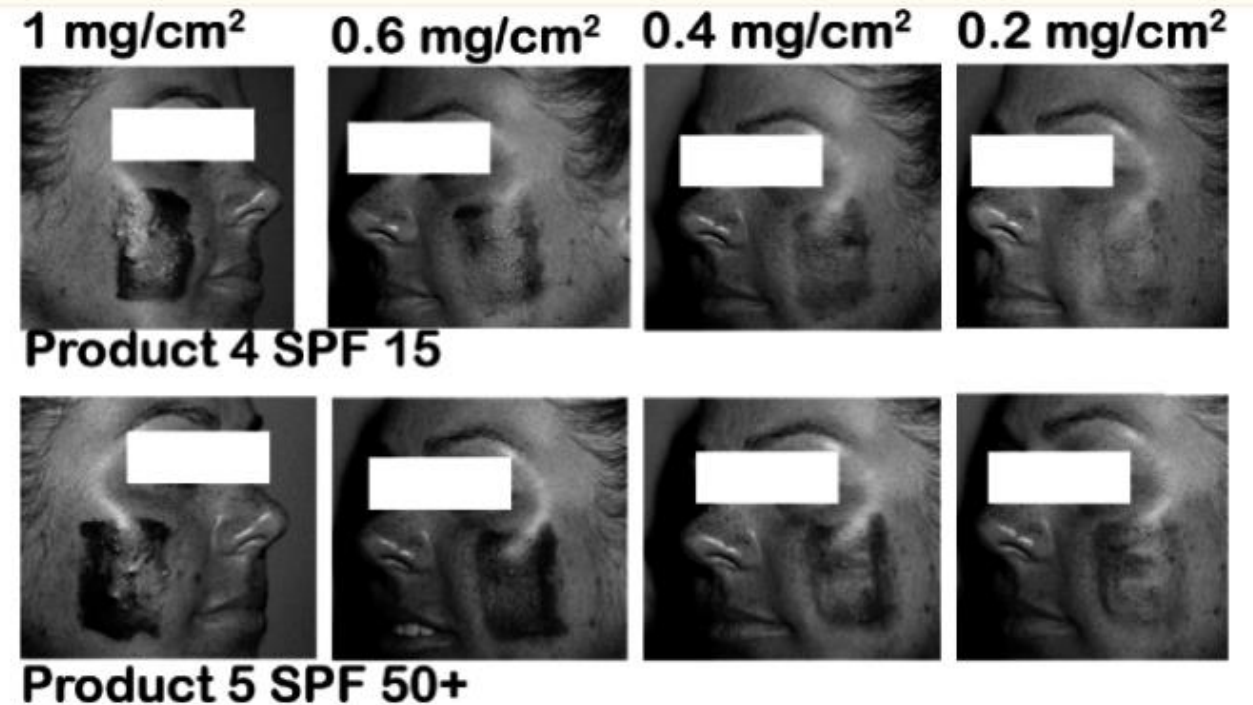
Assessing Sunscreen Protection Using UV Photography: Descriptive Study

Caitlin Horsham¹, MSc; Helen Ford¹, MSc; Jeremy Herbert², PhD; Alexander Wall², GradDip(IndDus); Sebastian Walpole³, PhD; Elke Hacker¹, PhD

¹School of Public Health and Social Work, Queensland University of Technology, Brisbane, Australia

²Designworks Group Pty Ltd, Brisbane, Australia

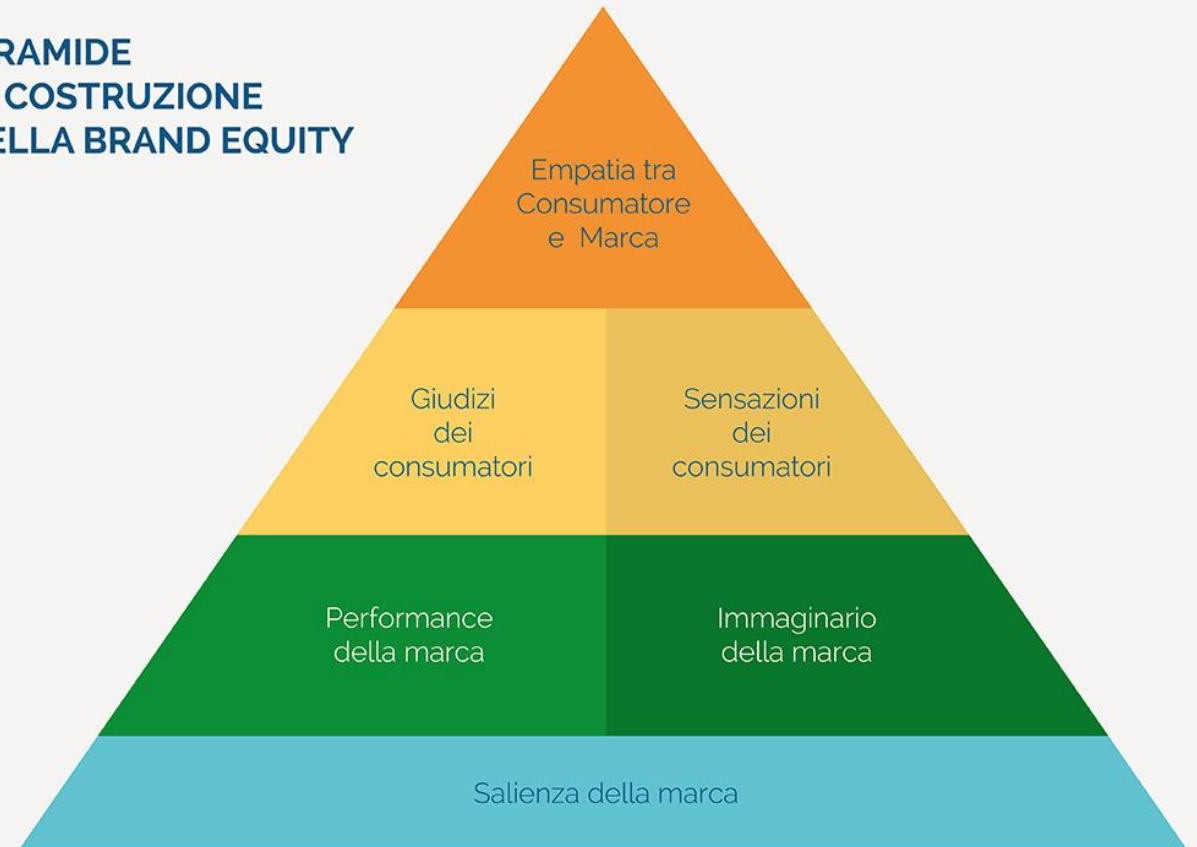
³Genetics & Population Health Division, QIMR Berghofer, Brisbane, Australia

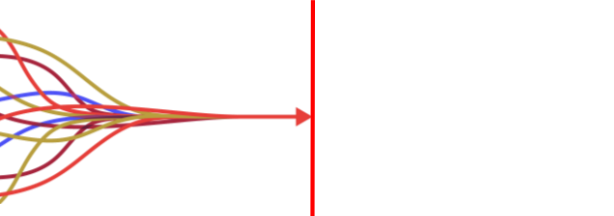


Una corretta adozione delle tecniche di marketing esperienziale può portare ad un aumento della notorietà dell'azienda rafforzandone l'identità e il legame con i propri clienti.


Una campagna sul corretto uso ed esperienza del solare è un vero rafforzamento dei valori di un brand e della sua brand equity

PIRAMIDE DI COSTRUZIONE DELLA BRAND EQUITY





BRAND WITH PURPOSE



“Un pianeta migliore è un sogno che inizia a realizzarsi quando ognuno di noi decide di migliorare se stesso.”

MAHATMA GANDHI



CHE LA
FORZA
SIA CON
NOI



COSMETICA

Liz

*Grazie a tutti
Grazie a SICC*

Elisabetta Casale
lizkasale@gmail.com