



► 1 settembre 2017

GUARDINI

L'impatto visual fa la differenza. "Il prezzo costituisce la leva più importante in questo momento, anche se conta molto il mix tra l'attrattività del prodotto in sé -data da colore e funzionalità- e la sua esposizione nel punto di vendita, che deve saperlo mettere in risalto soprattutto durante gli eventi promozionali", sottolinea Elena Guardini, direttore marketing. "Ritengo che la presentazione evidente e chiara, che consente di comprendere velocemente la funzione ed il prezzo dell'articolo, rappresenti la chiave più importante per vendere. Nel nostro caso, una linea che continua a performare molto bene è quella delle tortiere apribili con cerniera, perché si tratta di soluzioni decisamente funzionali, versatili e coloratissime". In un'ottica di migliore targettizzazione della gamma, nel 2017 l'azienda ha presentato due collezioni di stampi in versione "mini", adatte ai piccoli nuclei familiari o, comunque, a chi vuole concedersi un dolce, ma senza esagerare.

I Mini Guardini, collezione di stampi da forno colorati per preparare dolci di piccolo formato

