



Azienda veneta fattura migliaia di € grazie a questa strategia

Sintesi operativa episodio #023

Pochissimo tempo fa ho lavorato con un'azienda di produzione artistica di porcellane in provincia di Vicenza per aumentare la clientela e vendere di più.

È saltato fuori che innanzitutto serviva una campagna sui social per aumentare il pubblico.

Per prima cosa abbiamo programmato di aumentare il numero di persone che li seguivano sui social alle quali mostrare delle nuove collezioni.

Poi abbiamo creato un e-commerce perché c'era una richiesta da parte del pubblico di poter acquistare online questa tipologia di prodotti, senza recarsi fisicamente in negozio.

Questo tipo di prodotto artigianale si presta molto ad avere delle **edizioni limitate** numerate o con determinate colorazioni.

Così abbiamo preso una bambola di porcellana che esisteva già alla quale però abbiamo dato una colorazione particolare che non avremo mai più ripetuto.

Ci tengo a precisare che l'edizione limitata **funziona se hai già un pubblico** al quale proporla.

Un'edizione limitata oltretutto **non può avere centinaia di migliaia di pezzi**, perché altrimenti diventa troppo disponibile.

La quantità limitata serve per alzare il prezzo e per dare un valore, perciò **va anche numerata** per dimostrare che non la produrrai più e per dare un senso di urgenza ai clienti.

Poi devi aggiungerci anche **un tempo molto limitato** per il quale è disponibile questa collezione.

Un'edizione limitata **dovrebbe costare almeno il 20% in più del prezzo normale** del prodotto di serie.

L'edizione limitata è un prodotto talmente unico e bello, da collezionisti, che merita di avere **qualche caratteristica in più**, come un certificato di autenticità.

Nel caso di Chiara, l'**edizione limitata era così**:

- **100 bambole uniche numerate per l'Italia**
- **Poche settimane di promozione sui social e via email**
- **Prezzo più alto rispetto allo standard**
- **Certificato d'autenticità**

Oltretutto sul sito abbiamo iniziato a scalare manualmente i pezzi disponibili , facendo vedere quanti ne rimanevano di giorno in giorno.

Alla fine abbiamo venduto 100 bambole on-line nel giro di poche settimane ad un prezzo più alto, con un investimento pubblicitario pari a €0.

Questa strategia va poi ripetuta due volte l'anno, massimo 100 pezzi, per massimo qualche settimana ad un prezzo più alto.

A presto,
Alessandro

P.S.

[Segui questo link](#) e scopri le risorse gratuite che mi hanno permesso di aiutare 300 aziende in più di 60 settori diversi!