



Realizzato da

- Capozzo Umberto
- Detoma Arianna
- Friggione Eleonora

Project Work Lidl Italia

#LidlForKids

Alla scoperta del  
metodo Montessori



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI BARI  
ALDO MORO



# LA MISSION DI LIDL

offrire ogni giorno ai clienti  
prodotti di qualità  
garantendo il miglior  
rapporto qualità-prezzo

“Un supermercato dal  
cuore discount”



# IL PRODOTTO DA INSERIRE

## LETTO MONTESSORI

Il letto Montessori è un letto progettato a misura di bambino. Deriva dal metodo utilizzato da Maria Montessori per rispettare i suoi principi educativi: principi che enfatizzano **l'autosufficienza, la libertà di movimento e l'indipendenza.**



# COS'È IL LETTO MONTESSORI

Le caratteristiche principali del prodotto:

- **Design ergonomico e funzionale, sponde basse** - Favorire la libertà di movimento in sicurezza.
- **Materiali naturali e sicuri** - Assicurare la salute e un ambiente sostenibile.
- **Stimola l'indipendenza e la fiducia del bambino** - Permette al bambino di esplorare autonomamente l'ambiente circostante.
- **Adatto per i bambini da 0 a 5 anni** - Si adatta alla crescita del bambino.



# Strategia di cross selling



Introdurre un prodotto educativo che, ispirandosi al metodo Montessori, aiuti i bambini a sviluppare autonomia e sicurezza.

Con la linea giocattoli Playtive si valorizzerebbe l'esperienza d'acquisto.

# VANTAGGI DELLA STRATEGIA DI CROSS-SELLING



## Coerenza con i valori Montessori

---

giocattoli in legno come complemento naturale per l'apprendimento e lo sviluppo.

## Acquisto di un pacchetto completo

---

offrendo sia il lettino che i giocattoli, creiamo un ambiente armonioso e coerente.

## Valore aggiunto per il cliente

---

l'acquisto combinato migliora l'esperienza del cliente, che troverà tutto ciò di cui ha bisogno in un unico luogo.

## Fidelizzazione e maggiore vendibilità

---

promozioni sui pacchetti e sconto su giocattoli di legno con l'acquisto del lettino.

# PRODOTTI COMPLEMENTARI

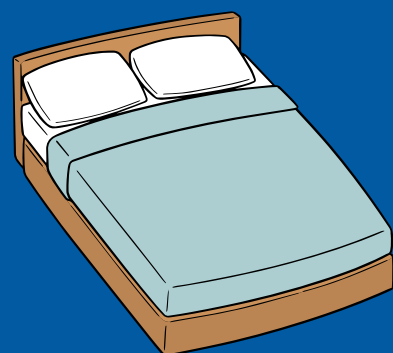
## MATERASSI ERGONOMICI

Per garantire il massimo  
comfort  
al bambino.



## BIANCHERIA DA LETTO

Completi di lenzuola,  
coperte, e coprimaterassi,  
in linea con  
il metodo Montessori.



## MOBILI A MISURA DI BAMBINO

Scrivanie, sedie,  
librerie, armadi  
e comodini bassi.



# ANALISI COSTI - BENEFICI



## Costi



€700.000 (10.000 unità)

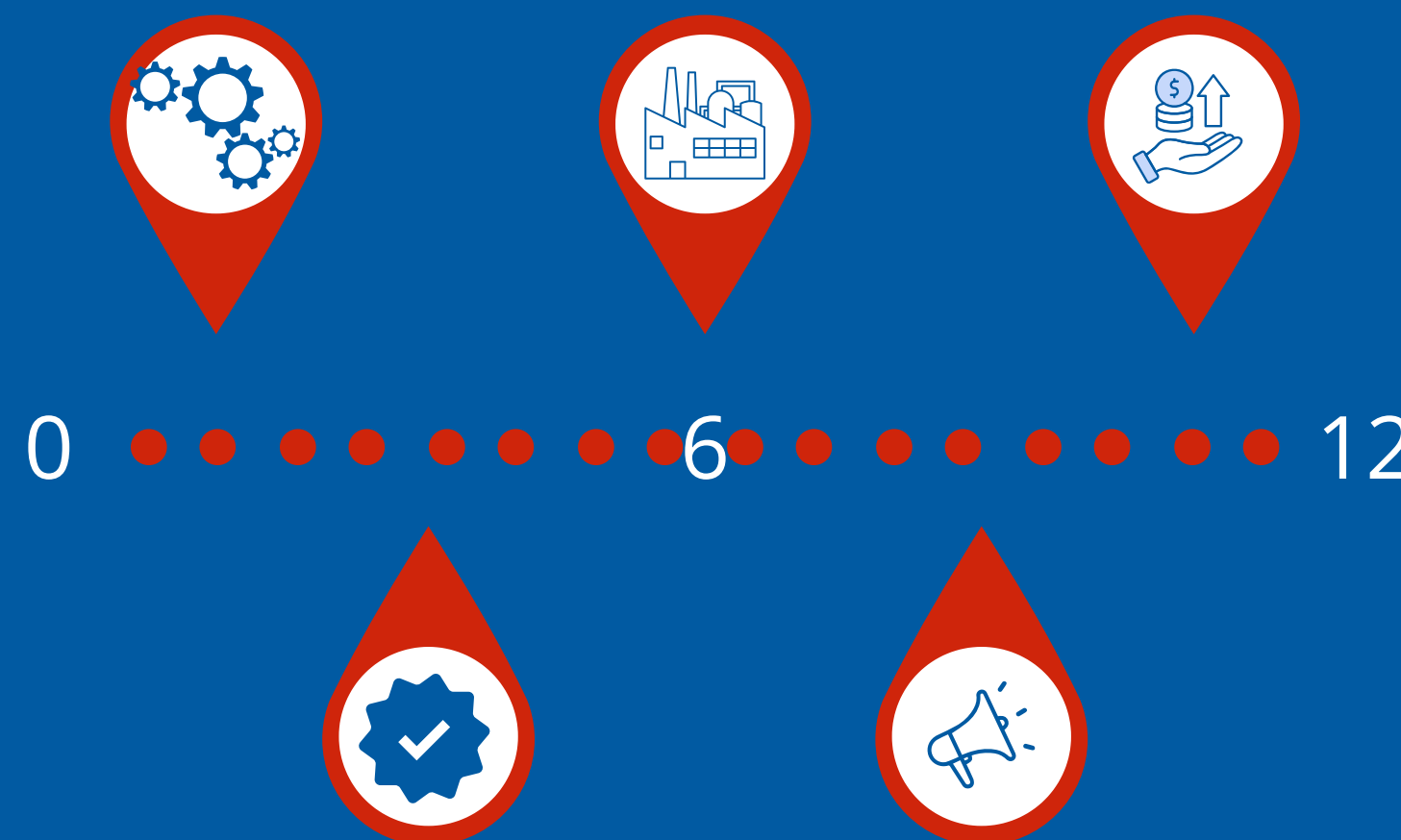
- a) Sviluppo Prodotto / Acquisizione di un marchio partner
- b) Produzione / Costo prodotto già finito
- c) Logistica
- d) Promozione

## Benefici



€1.106.000 (12 mesi)

- a) Vendite previste
- b) Incremento di Cross-Selling





# Posizionamento nel negozio

Il posizionamento ideale sarebbe nel quinto settore, le "bancarelle", a fianco alla linea Playtive.

Questo consentirebbe di sfruttare il maggior spazio e di poter facilmente implementare la vendita di tutta la linea Montessori.

## Sconti e offerte

- Promozioni combinate con i prodotti Playtive e i prodotti complementari
- Sconto fedeltà con Lidl Plus

## Festività e ricorrenze

Offrire il kit come idea regalo per Natale o altre occasioni.

## Influencer e blogger

Coinvolgere famiglie o educatori che condividano recensioni e personalizzazioni creative.

## Video Tutorial

Creazione di brevi video sui canali social Lidl, mostrando come montare il letto, anche con l'aiuto dei bambini

# LEVE PROMOZIONALI

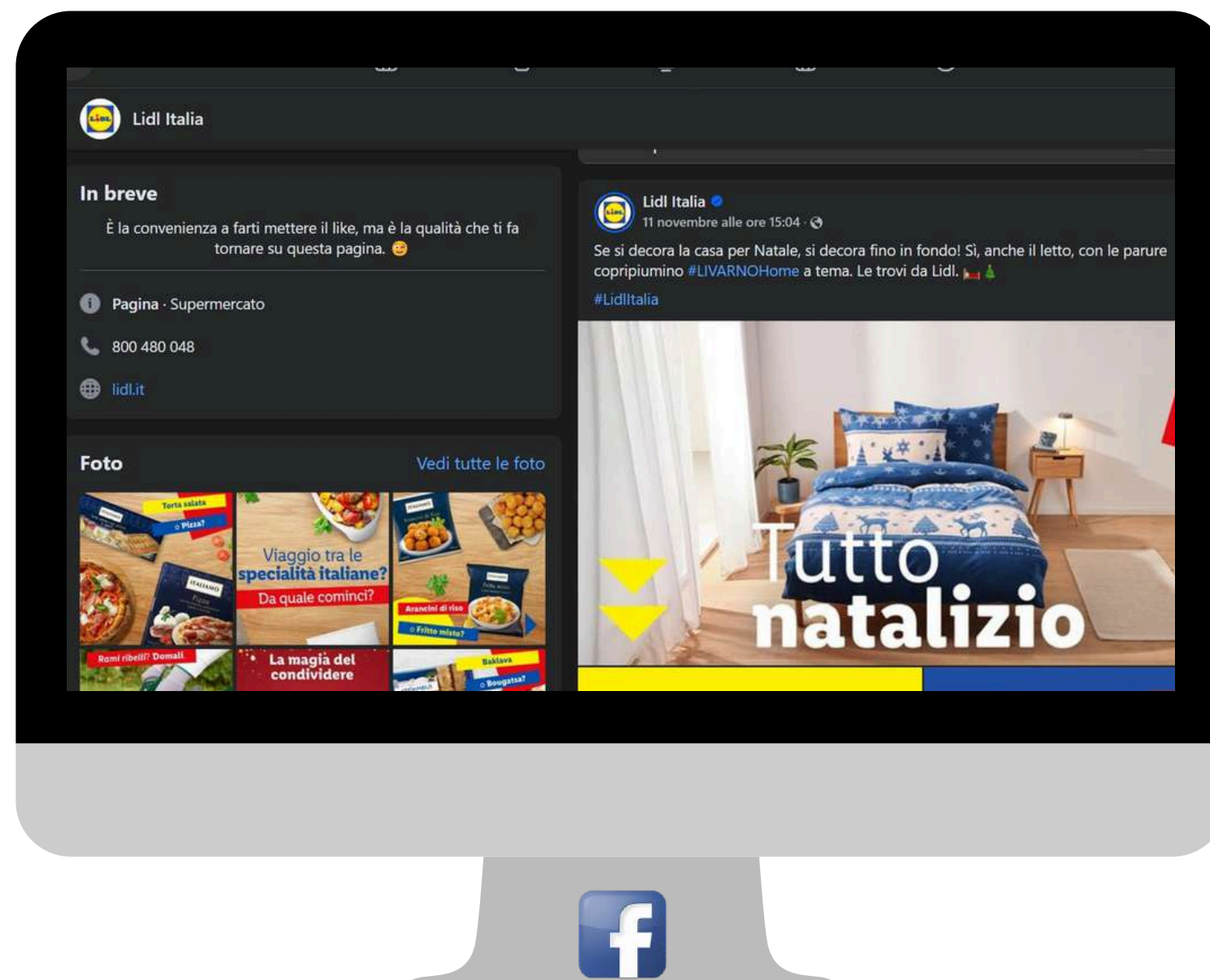
## Social Challenge

Invitare i genitori a condividere foto o video dei loro bambini mentre utilizzano il letto, con un hashtag dedicato (#LidlForKids). I contenuti migliori vincono buoni spesa Lidl o altri premi.

# Canali di marketing

Vorremmo sfruttare le principali piattaforme social  
- Facebook, Instagram e TikTok -

Per sponsorizzare  
questo prodotto  
vorremmo affidarci  
principalmente a  
neo mamme  
**influencer.**



Mostra il tuo lettino  
e partecipa alla Challenge!!



## Strengths

- Coerenza con la filosofia Montessori
- Materiali sicuri e naturali
- Offerta complementare
- Aumento del valore medio dell'ordine

## Weaknesses

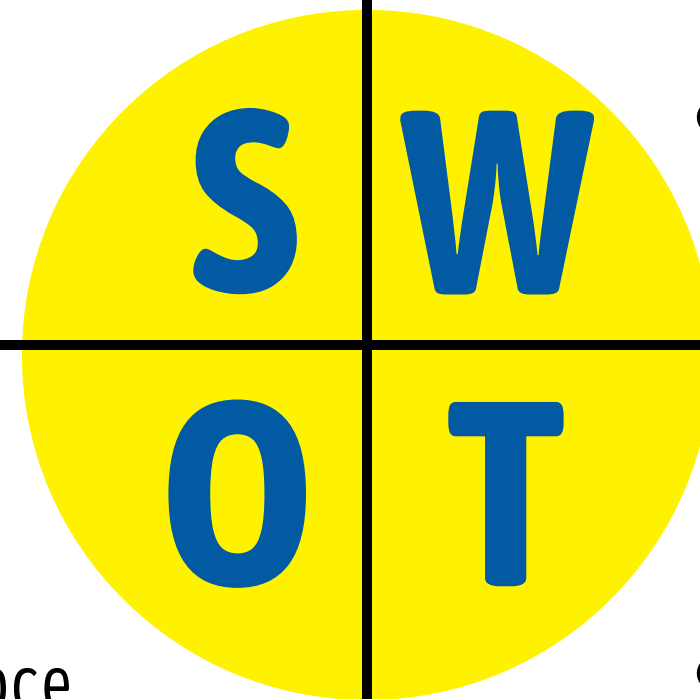
- Prezzo più elevato rispetto alla media dei prodotti Lidl
- Mancanza di familiarità con il brand Lidl per questi prodotti
- Esposizione limitata in negozio

## Opportunities

- Crescente interesse per l'educazione precoce
- Aumento della domanda di prodotti sostenibili
- Espansione delle vendite online
- Collaborazioni con influencer e blog di genitorialità
- Promozioni mirate

## Threats

- Concorrenza sul mercato
- Percezione del prezzo elevato
- Volatilità delle preferenze dei consumatori
- Problemi di disponibilità
- Resistenza al cambiamento dei consumatori



# fonti



- Mission Lidl
- Negozi Lidl
- 1 immagine Letto Montessori
- 2 immagine Letto Montessori
- Marchio Playtve

- Immagini giochi Playtve
- Strategia di cross selling
- Corsia Lidl
- Volantino Lidl
- Pagine Social Lidl



# CONCLUSIONI

Offrendo il lettino Montessori insieme ai giocattoli di legno della Lidl, non solo si aumenta il valore delle vendite di entrambi i prodotti, ma si fornisce anche una proposta educativa e stimolante per il bambino.

Questa strategia di cross-selling aiuterà a migliorare l'esperienza di acquisto del cliente e favorire la fidelizzazione.

