



# PROJECT WORK LIDL

## STRATEGIA DI CROSS-SELLING

22 novembre 2024





# TREND DI MERCATO RILEVANTI

---

*Wellness trend e sober  
curiosity*

---

*Crescita del mercato  
analcolico*

---

*Esperienze di socialita'  
inclusiva*

# DATI A SUPPORTO

**40 Mld**

Valore di mercato stimato entro il 2025

Fonte: Statista

**25%**

Consumatori che preferiscono uno stile di vita sano

Fonte: Gartner

**72%**

Bevande low o zero alcohol vengono preferite ai superalcolici

Fonte: Statista

LINEA DI  
**DISTILLATI  
ANALCOLICI**



*Versatilità*

*Gusto autentico*

*Basso contenuto  
calorico*

*Socialità inclusiva*



# INFLUENZA DELL'ASSORTIMENTO

## Snacks e aperitivi



## Attrezzature da barman



## Bevande analcoliche





# ANALISI COSTI/BENEFICI



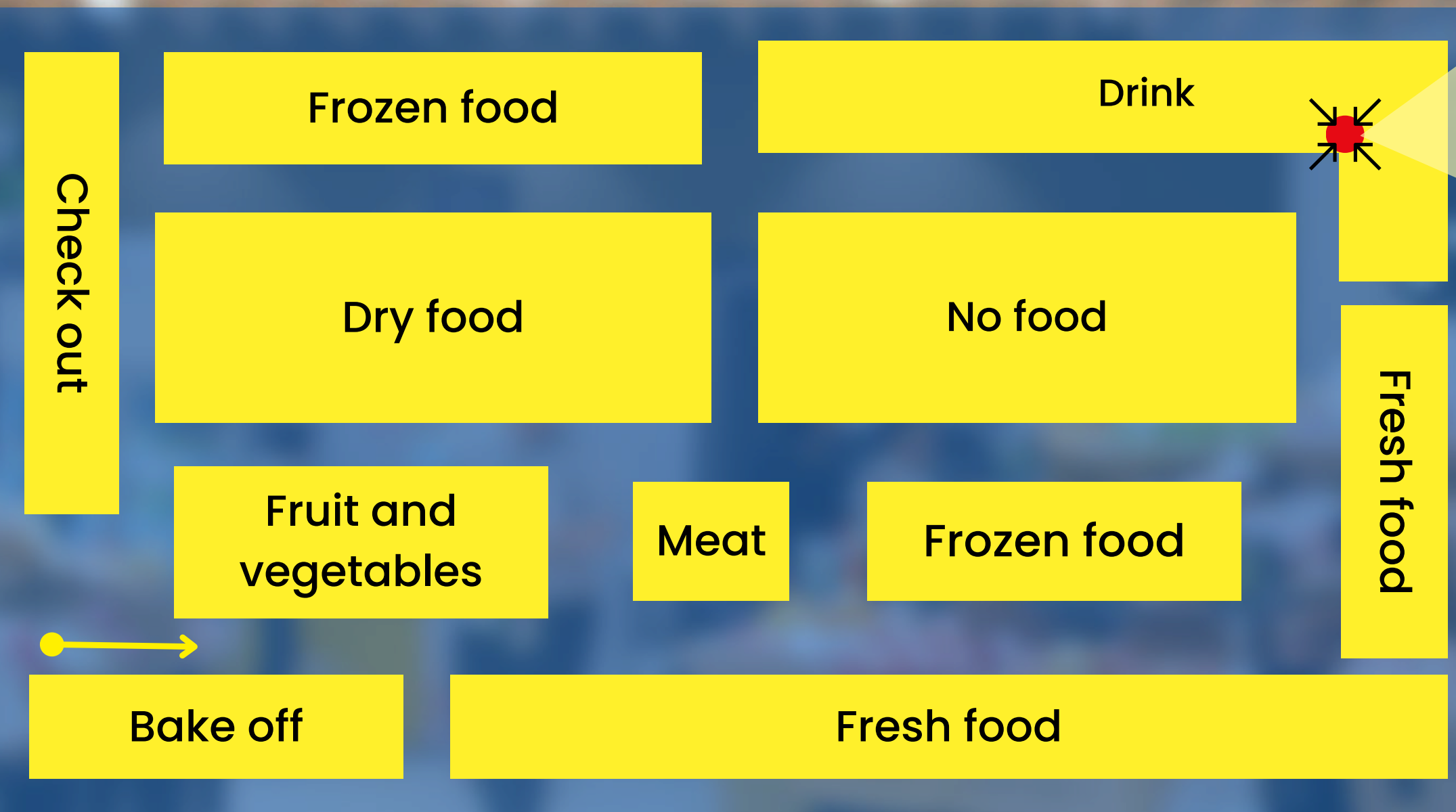
- **Popolazione:** circa 58 mila persone
  - **Target considerato (18-35):** circa 10 mila persone
  - **Quota di mercato** stimata: 15%
  - **Consumatori** stimati: 1500
  - **Bottiglie acquistate e vendute:** 1 al mese (1500 totali)
- 
- **Benefici indiretti:** cross selling di prodotti complementari, rafforzamento del posizionamento nel segmento green e sostenibile.

Voce di costo	Costo stimato (euro)
Acquisto (2,50 cad)	3.750
Packaging (0,5 cad)	750
Logistica	150
Marketing e promozioni	750
Totale costi	5.400
<b>Totale ricavi (5,99 cad)</b>	<b>9.000</b>
<b>Profitto mensile</b>	<b>3.600</b>

\*Stima effettuata per lo store di Molfetta (BA)



# POSIZIONAMENTO DEL PRODOTTO





A photograph of a modern LIDL store with large glass windows and a blue and yellow sign. A blue banner with white text is overlaid on the image.

# STRATEGIA PROMOZIONALE



# OBIETTIVI

- Creare awareness sul consumo di distillati analcolici
- Promuovere la complementarieta' dei prodotti LIDL
- Posizionarsi come innovatori nel settore





# CANALI DIGITALI

## Tutte le ricette

Portata

Tipo di cibo

Dieta

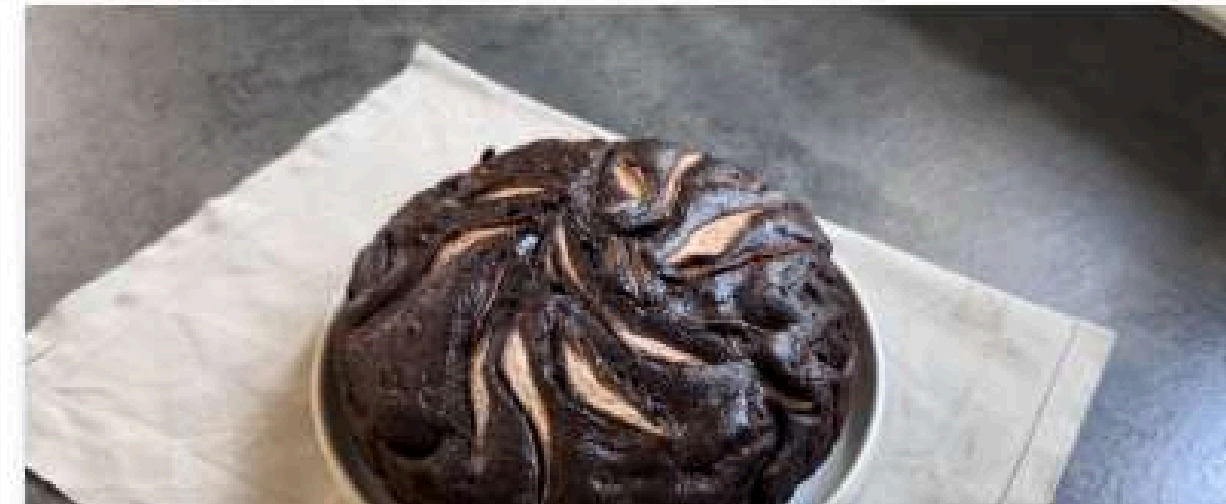
Area

Raccolte

Chef

200 Ricette

Ordina per: Le più recenti



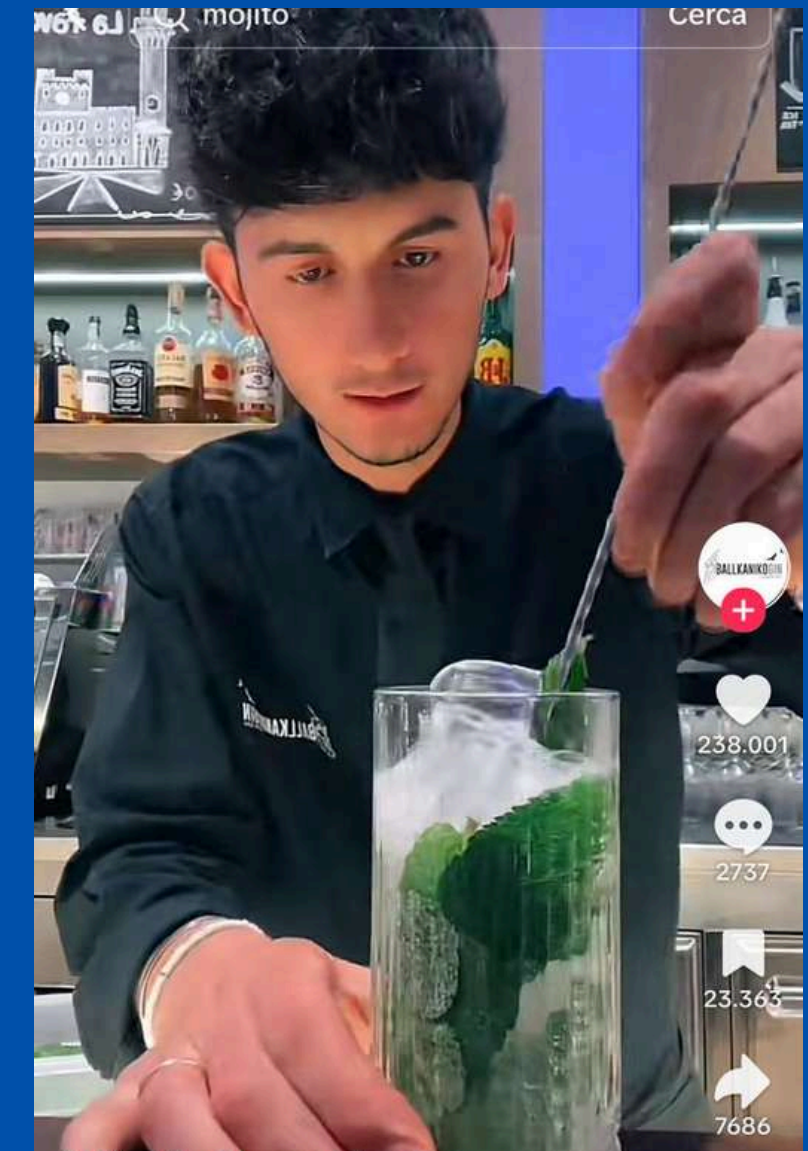
- Ricette mocktails nel sito web

**KPI:** views per ricette



# Collaborazioni con drink influencer e contest #Mocktailmaster

**KPI:** Andamento dell'hashtag #Mocktailmaster







**-20%**

sconto

Gin analcolico

2 giorni alla scadenza

**ATTIVA**



• Fidelity Card e Lidl Plus

**KPI:** n° di coupon utilizzati



# CANALI FISICI



—● Degustazioni e barman in store

**KPI:** incremento visite store e  
n° di coupon utilizzati



---

*Vendite dei prodotti  
complementari*

---

*Vendite dei prodotti  
sostitutivi*

---

*Average basket value*



**ALTRI KPI DA  
MONITORARE**

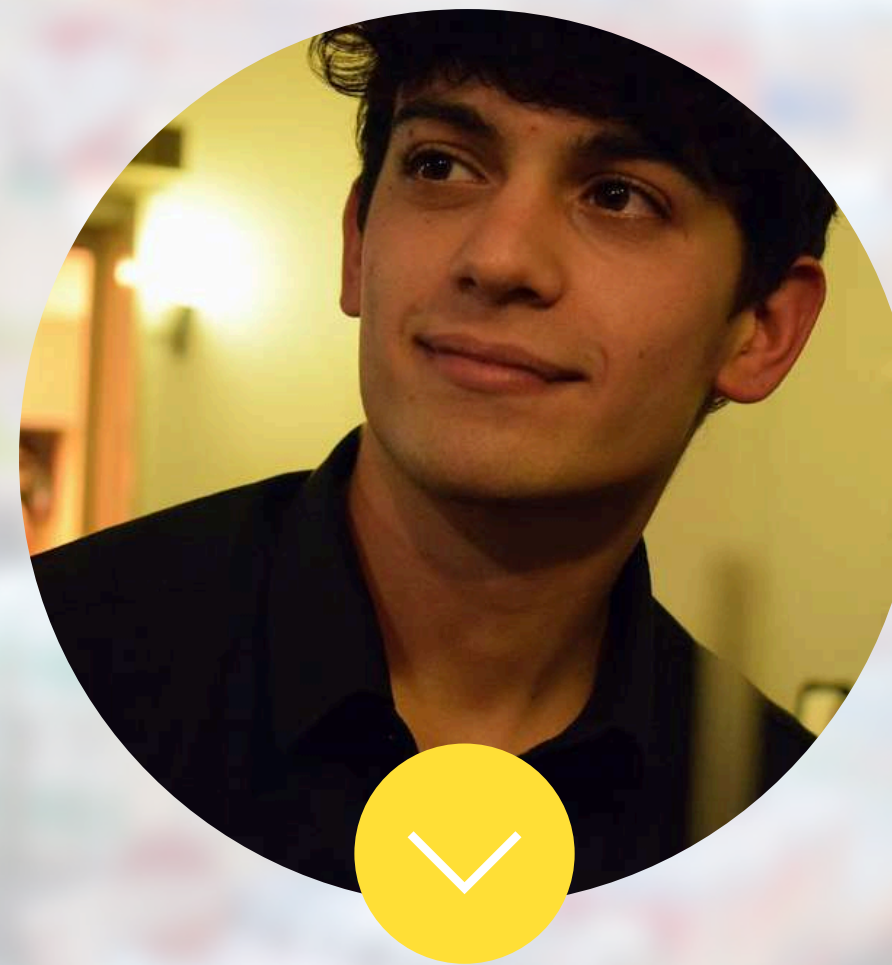


# MEMBRI DEL TEAM



**ADRIANA VISENTINI**

MATRICOLA: 837991



**CLAUDIO GERMINARIO**

MATRICOLA: 837990



**ANITA CIRILLO**

MATRICOLA: 837994