

Project Work Lidl Italia

Lidl Kids Box

*Università degli studi Aldo Moro di Bari
Anno accademico 2024-2025*

*De Bernardis Francesca
Di Meo Giusy
Lafranceschina Emanuela*

Target di riferimento

Da sempre i bambini sono i consumatori che più si lasciano amaliare dai prodotti colorati, dalle forme e dalle sorprese, rendendo il momento della spesa non piacevole per i genitori che devono rimediare ai capricci.



Che prodotto potrebbe catturare i bambini e convincere i genitori a non fare un acquisto inutile?

Lidl Italia ha introdotto un nuovo prodotto di cross-selling, mai avuto prima, capace di mettere d'accordo bambini e genitori durante la spesa



Lidl Kids Box

Alternativa per bambini intolleranti al glutine e al lattosio

Album in omaggio al 1° acquisto

Donut

Spremuta d'arancia giornaliera

Ogni settimana a figurine nuove

Pacco di figurine sui cibi italiani tipici



Album in omaggio per aumentare l'attrattività del prodotto



Figurine sui piatti tipici di ogni regione italiana che rende il prodotto educativo e senza distinzione di genere



Ogni settimana figurine nuove rendendo l'acquisto della box essenziale per il completamento dell'album



Prezzo

€2,50

Prezzo di mercato dettato:

- Dall'uso di arance presenti nello store per la spremuta di arancia giornaliera;
- Numero di box limitate per la freschezza del prodotto;
- Uso di materiali sostenibili e riciclabili per l'intera box, album e figurine.



Posizionamento nello store

La box sarà posizonata all'ingresso dello store, nell'area Bakery e sotto l'espositore delle Donuts per essere all'altezza bambino e per dare visione del prodotto che ci sarà all'interno al genitore.



Campagna pubblicitaria

- Publicità di sponsorizzazione della Lidl Kids Box:
- Social più utilizzati dai bambini come TikTok Youtube e Instagram attraverso l'aiuto di influencer o youtuber;
 - Televisione per coinvolgere la fascia dei bambini più piccoli.





GRAZIE PER
L'ATTENZIONE!