

Capitolo 16

D1 *Le tre C* (pagina 397)

Si visiti il sito www.granarolo.it e si identifichino le scelte effettuate in merito a ciascuna della 3 C illustrate nel testo. A quali benefici desiderati dal cliente fanno riferimento?

D2 *Il prodotto online* (pagina 401)

Si cerchi la definizione di “configuratore” su Wikipedia. Si analizzino i configuratori di auto per due brand distinti, uno di fascia premium, uno value e si identifichino analogie e differenze.

D3 *Cliente e prodotto* (pagina 403)

Coinvolgere il cliente nella progettazione del prodotto è una delle potenzialità straordinarie offerte dalla digitalizzazione. Considerando quanto espresso nelle pagine 621-623 a proposito dei servizi e i principi di consumer behaviour del Capitolo 9, si faccia una lista di pro e contro.

D4 *L'e-commerce G2G* (pagina 407)

La Pubblica Amministrazione ha recentemente istituito una piattaforma digitale di commercio elettronico che consente di ottimizzare gli acquisti di beni e servizi. Sul sito www.acquistinretepa.it si esamini, attraverso il video tutorial (sezione “guide e filmati”) il funzionamento della piattaforma.

D5 *Le comunità online* (pagina 409)

Esaminare il sito www.macitalia.it ed evidenziare come l'architettura complessiva dell'offerta del sito si basi sui principi che sottostanno le online community. Quali vantaggi derivano per il brand?#