



HOME

RUBRICHE

VIDEOPAGINE *parola ai protagonisti*

BCUBE
www.bcubeitaly.it

BLOWUPFILM
www.blowupfilm.com

BRAND PORTAL
www.brandportal.it

BURSON-MARSTELLER
www.bursonmarsteller.it

tutte le categorie

Sei in: Youmark > Rubriche > Interviste

Interviste



THIELLA/SOTTILETTE: IN COMUNICAZIONE CONTANO LE PERSONE. LAVORANDO PERCHÉ SPENDIATE DI PIÙ

28/03/2011

Che detto così fa quasi paura, rientrando invece a pieno titolo il fine nelle strategie del business Sottilette Kraft. Vista, infatti, la penetrazione nel 70% delle famiglie italiane, oltre al sogno del 100%, la risposta per la crescita si chiama innovazione, oltre che investimento nel marketing, per approfondire l'offerta e allargare le occasioni d'uso. Puntando non poco sulla comunicazione. Che, archiviati i festeggiamenti del 50 anni e fortificata dalle precedenti azioni guarda al futuro. Non sentendosi quella italiana schiava dell'internazionale. Anche perché più che concentrazione in pochi partner o competizione tra molti, a far 'risparmiare' è la qualità delle persone. Intendendo per 'risparmio' la capacità di ottimizzare l'investimento.

Come al microfono di youmark spiega Mauro Thiella, brand manager Sottilette Kraft, incontrato sabato mattina a Milano in occasione dell'evento 'Mitico anniversario', finalizzato al festeggiamento dei 50 anni del brand, ma soprattutto al sostegno della Fondazione Banco Alimentare Onlus, in particolare quella della Lombardia, la Danilo Fossati Onlus.

AI RAGGI



X

GO UP COMMUNICATION

Le idee, le persone, i risultati. A questo diamo energia, importanza e valore. Dal concept strategico all'ideazione del marchio, dalla campagna ...

LEGGI TUTTO

GLI SPECIALI DI Youmark

