



CARLO LUDOVICO BORROMEO
Creative Director BorromeodeSilva

Il nostro incontro in 7 punti

| Dal **lusso tradizionale** - costo, materiali e progettualità; al **lusso contemporaneo** - riconoscimento, scarsità e *storytelling*.

| **Trasversalità** nel lusso: intrecciare connessioni tra professionalità di settori diversi per generare valore inaspettato.

| **Hyper-personalizzazione:** non è più possibile clusterizzare i Clienti nel lusso, sia pure con soluzioni di altissimo livello; la personalizzazione deve essere *one-to-one*.

| Se l'unico vero obiettivo è **vendere il prodotto**, allora non è **lusso per il Cliente**.

| Fare **intelligence sui Clienti**: conoscerli realmente deve rappresentare l'80% del tempo speso per loro.

| Meglio un **prodotto imperfetto**, che uno *storytelling* banale.

| Siamo diventanti tutti **immuni al linguaggio del marketing**, una comunicazione patinata ma asettica non è lusso.

INSIDE
Your attitude



#NUTRIAMOLAMENTE
MODERN LUXURY

11 DICEMBRE 2023

storytelling
scarsità organica
intelligence sui clienti
trasversalità
no comunicazione asettica
prodotto imperfetto
clienti non clusterizzabili
one-to-one
essere atipici