



CARLO LUDOVICO BORROMEO
Creative Director BorromeodeSilva

INSIDE
Your attitude



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.

|**Iperspersonalizzazione**: 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.



#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