

# FLAGSHIP STORE

## Cos'è un FLAGSHIP STORE?

Punto vendita :

- *monomarca*
- *grandi dimensioni*
- *gestito direttamente dal produttore*
- *aree più prestigiose*
- *vetrina*

## Flagship: Ammiraglia

- Una flagship, in italiano Ammiraglia, è la nave principale in una flotta di imbarcazioni.  
È la più grande, la più veloce, la più nuova, la meglio armata o, semplicemente, la più conosciuta. In termini militari, è la nave usata dal comandante.
- È diventato, al giorno d'oggi, un aggettivo per descrivere il prodotto, la marca, la location migliore o più conosciuta, tra quelle offerte da una azienda.

■ Il flagship store:

- È un'incarnazione fisica, reale e soprattutto durevole per la marca.
- Rappresenta l'ultima frontiera delle strategie di BRANDING/RETAIL-TAINMENT.

## Monomarca

- La marca arriva ad assumere una funzione autonoma rispetto al prodotto e il flagship diventa una rappresentazione in forma tangibile dei tratti fisici e simbolici della stessa marca.

## Grandi dimensioni

- Dimensioni superiori alle tradizionali boutique
- Disposti su più piani

## Gestito direttamente dal produttore

- Migliore strumento per presentarsi compiutamente e senza intermediari al pubblico

## Aree prestigiose

- Punti nevralgici sia dal punto di vista viabilistico sia da quello commerciale
- Può esercitare la sua attrattiva in ambito nazionale o anche sovranazionale ( BACINO D'UTENZA MOLTO ESTESO

## “Vetrina”

- Offerta completa e attuale
- Ampia offerta di prodotti e SERVIZI

## Fattori tangibili

- Location
- Dimensioni fisiche del negozio
- Servizi accessori
- Allestimento - Tematizzazione
- Merchandising
- Personale

## Fattori intangibili

- Atmosfera
- Appeal
- Espressività
- Intrattenimento

## Obiettivi

- Non sono aperti per generare profitti, ma per:
  - Rafforzare l'immagine del brand
  - Rappresentare della marca (comunicazione della BRAND IDENTITY)
  - Esprimere valore
  - Manifestare di forza e potenza del marchio per impressionare il consumatore

## Requisiti

- Identità di marca ben delineata.
- Vantaggio al consumatore
- Esperienza d'acquisto indimenticabile
- Innovazioni continue
- Laboratori di marketing