

# Espanditi per il successo

Come i marchi elastici utilizzano l'intuizione e l'innovazione per espandersi in modo più intelligente e crescere più velocemente

**Giugno 2025**

Un rapporto di Outlook da Circana



Stretch for Success

[Read report](#)

Oreo ha ampliato il gelato. Dyson ha ridisegnato la cura dei capelli. Google ha sfidato lo smartphone. Cosa hanno in comune questi marchi? Hanno integrato senza problemi nuovi prodotti nei loro portafogli esistenti senza confondere i consumatori. Questi “marchi elastici” hanno esteso e ampliato le loro offerte essendo agili, innovativi e orientati al cliente, mantenendo al contempo le loro identità e valori fondamentali.

In questo mercato competitivo e frenetico, i marchi e i rivenditori sono costantemente sfidati ad adattarsi ed evolversi per rimanere rilevanti. Hanno dovuto affrontare molteplici venti contrari in un'economia turbolenta caratterizzata da discontinuità, inclusi progressi tecnologici, cambiamenti nelle preferenze dei consumatori e altro ancora. Questo ha richiesto agilità e reattività, oltre ad essere coerenti ma flessibili per adattarsi ed evolversi per rimanere rilevanti.

I marchi prosperi sono stati in gioco a lungo termine con una strategia di “espansione” agile e fermamente orientata al futuro per l'evoluzione e la crescita. Pensa al Virgin Group, che ha iniziato come una modesta etichetta discografica e ora punta alle stelle, letteralmente. Il successo di questa espansione è dovuto al suo focus laser sul DNA del servizio e dell'esperienza per fornire un valore reale in tutto, dai viaggi al fitness e alla finanza.





Le marche elastiche sono  
più resilienti e generano  
maggiore fedeltà nei  
**momenti difficili**

Mentre continuiamo a navigare tra le turbolenze economiche e di mercato, la capacità di un marchio di essere resiliente è fondamentale. La sua resilienza deve essere supportata da come protegge la sua reputazione e mantiene la fiducia dei suoi clienti fedeli. Infatti, la fedeltà dei clienti si basa sulla capacità di un marchio di fornire prodotti o servizi di qualità e mantenere le sue promesse. I marchi di successo con una forte fedeltà dei clienti possono navigare meglio nella volatilità; le ricerche mostrano che i marchi che continuano a innovare crescono sette volte più velocemente dei concorrenti.

### **Essere al passo con le tendenze e le esigenze dei consumatori in evoluzione è essenziale**

La crescita in alcune industrie, come la salute e il benessere, offre opportunità ai rivenditori di espandere e unire ecosistemi per una maggiore resilienza del marchio nel nostro mondo in continua evoluzione.

Ad esempio, per ottenere una quota maggiore del portafoglio dei consumatori e capitalizzare la crescente domanda di prodotti per la nutrizione personalizzata e il benessere, il conglomerato australiano Wesfarmers è entrato nel mercato sanitario con l'acquisto di catene di bellezza e un grossista e rivenditore di farmacie. Wesfarmers ha anche investito in un'azienda di diagnostica medica digitale e in una start-up di telemedicina.

### **L'autenticità e i valori allineati sono fondamentali per la credibilità nell'espandersi in una nuova categoria**

Possono aver lanciato prodotti sfruttando nomi di marchi famosi, ma ciò non ha garantito il successo dei lanci di prodotti in categorie non complementari. Deve esserci un collegamento naturale. Ad esempio, Google ha esteso le sue origini tecnologiche nella ricerca a email ospitate e smartphone, mentre Nike e Apple hanno forgiato una collaborazione naturale sull'Apple Watch.

Pensare fuori dagli schemi può fare meraviglie con la giusta ricerca, intuizioni e strategie. La storia del marchio del produttore di pneumatici Michelin lo illustra. A causa della mancanza di automobili in Francia alla fine del XIX secolo, Michelin ha creato una guida per aiutare a incrementare le vendite di automobili e incoraggiare i conducenti a pianificare viaggi. La guida risultante, che includeva mappe, ubicazioni delle stazioni di servizio e istruzioni per cambiare una gomma, è stata la precursora della famosa Guida Michelin, una risorsa per ristoranti conosciuta in tutto il mondo.



# Espanditi per crescere, in tempo reale

L'espansione in nuovi prodotti o categorie può accelerare la domanda in un panorama competitivo. Le soluzioni innovative e abilitate dalla tecnologia di Circana possono aiutarti a **guidare la crescita e la fedeltà** fornendo analisi in tempo reale che puoi utilizzare per misurare e accelerare la domanda e espandere il tuo marchio verso il successo.

Seguici

