

La produzione di abbigliamento e accessori in piccole aziende locali viene fatta spesso con brand e loghi che hanno scarse possibilità di essere ricordati. L'utilizzo di marchi cuciti o stampati su questi prodotti può essere addirittura controproducente. Può allontanare gli acquirenti diffidenti verso le marche sconosciute e poco trendy.

Sono convinto che molte aziende di questo tipo, quelle che hanno dalla loro parte una qualità di prodotto discreta oltre a tradizione ed esperienza, avrebbero maggiore successo se evitassero di puntare sulla visibilità del loro marchio sui capi. Abiti dal design semplice o più ricercato ma senza loghi cuciti in vista o stampati a caratteri grandi, sono potenzialmente più interessanti rispetto a quelli che utilizzano un logo di scarso valore comunicativo.

In questo modo anche gli acquirenti scettici e più esigenti potrebbero rivolgersi all'acquisto di capi più economici ma di buona qualità, senza marchi in vista. Contattami se la tua azienda è interessata a sviluppare questa idea imprenditoriale e a fare un'attività di comunicazione e web marketing mirata.