



Mia by Carlo Cracco

SCAVOLINI



Fabiana Scavolini,
amministratore
delegato

«È UN PROCESSO MOLTO LUNGO E COMPLESSO, CHE HA INIZIO CON LA CONCEZIONE STESSA DEL BRAND.

Già nel momento in cui nasce, una marca acquisisce un'identità specifica, fatta di caratteristiche e valori distintivi. L'obiettivo primario di ogni azienda non è solo quello di soddisfare dei bisogni con i propri prodotti, ma anche di fidelizzare i consumatori, facendo in modo che questi si riconoscano nella marca e che sviluppino un senso comune di appartenenza. Per raggiungere questo obiettivo e creare un brand di successo è fondamentale lavorare sin da principio sull'identità di marca. Più questa si avvicina ai consumatori, ne riflette i valori e l'essenza, più questi ne riconosceranno il valore e la sceglieranno. Per reiterare l'acquisto e fidelizzare i clienti è importantissimo soddisfare tutte le attese ed in questo, la qualità e ricchezza dell'offerta di prodotti e servizi giocano un ruolo cruciale. In tal senso, Scavolini si è sempre distinta per l'elevato livello di assistenza, tanto che di recente ci è stato conferito il sigillo "Nr.1 Servizio", prestigioso riconoscimento conferito alle aziende sulla base dello studio "Migliori in Italia - Campioni del servizio 2018/2019", condotto annualmente dall'Istituto tedesco Qualità e Finanza in cooperazione con l'Università Goethe di Francoforte».