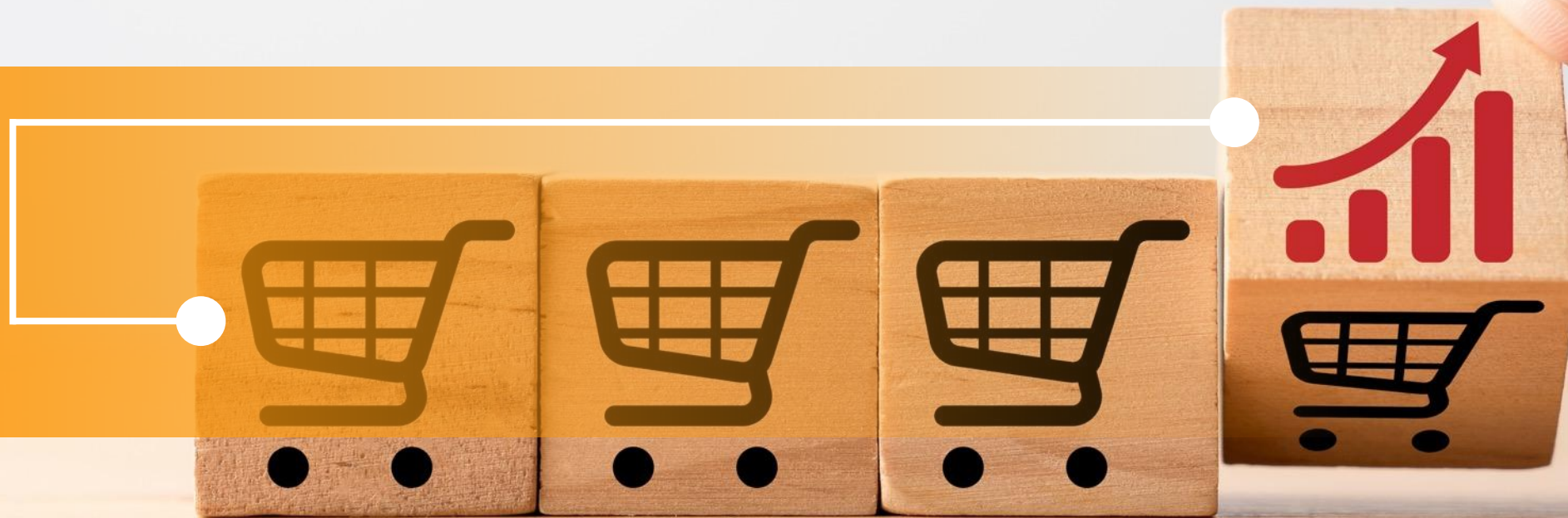


## **VALUE FOR MONEY:** Il valore percepito del brand e la razionalizzazione della spesa





Quali sono gli elementi che legittimano il prezzo agli occhi dei consumatori italiani?

Ales ha condotto uno studio in cui vengono identificati gli elementi tangibili e concreti che rappresentano «value for money» e giustificano il prezzo per i consumatori, con particolare attenzione alla qualità reale del prodotto e ai benefici misurabili. Lo studio esplora la dinamica della razionalizzazione della spesa da parte dei consumatori, evidenziando come i brand debbano offrire motivazioni chiare e credibili a supporto del prezzo.



# What is **Value for Money** for your consumers?

## **PROOF OF VALUE**

*Il valore tangibile*

1. Qualità reale di prodotto e materiali / ingredienti
2. Benefici concreti

**Rende il valore tangibile e dimostrabile**

## **BUILT TO LAST**

*Un valore che dura nel tempo*

3. Durata, affidabilità e non obsolescenza
4. Assistenza post-vendita, garanzie e servizi

**Trasforma l'acquisto in un investimento**

## **PRICE LEGITIMACY**

*Il prezzo ha senso*

5. Prezzo equo e trasparente (rapporto qualità/prezzo)
6. Reputazione e valori del brand

**Normalizza e legittima il prezzo**





PER MAGGIORI INFORMAZIONI



**Ales**<sup>TM</sup>  
MarketResearch

**SEGUICI SU**

<https://www.alesresearch.com/>

<https://www.linkedin.com/company/alesresearch/>

Liberi di scrivere a:  
[tommaso.pronunzio@alesresearch.com](mailto:tommaso.pronunzio@alesresearch.com)