

# B2B<sup>n</sup> Marketing

Declinare la value proposition e misurare il mercato lungo la value chain



Milano, Aprile 2014

**Schneider**  
Electric

# Tre cose da ricordare su Schneider Electric

1

The facts  
**x 2**  
Energy demand

vs

The need  
**÷ 2**  
CO<sub>2</sub> emissions

Energy Dilemma



**Schneider Electric = Active**  
Energy efficiency,  
Energy management  
& Sustainability  
services

2



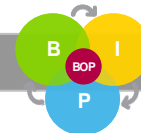
3

**1.3**

Miliardi di persone non hanno accesso all'energia

Dal 2009

**6** investimenti in Francia, Africa e India

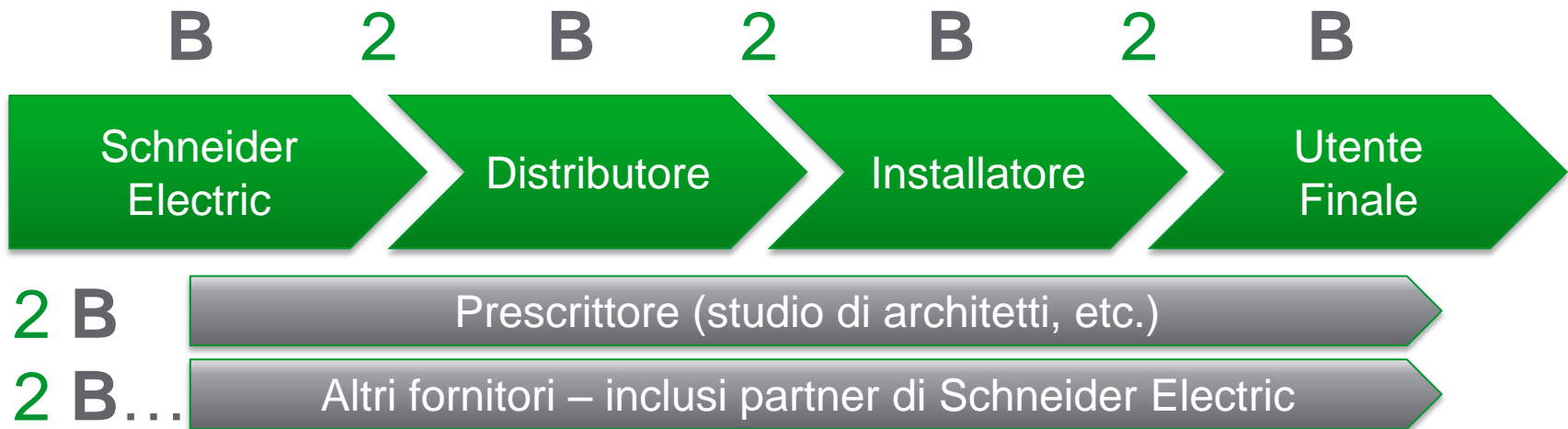


**1.5** Milioni di case hanno ottenuto accesso all'energia



**20 000** persone formate

# B2B<sup>n</sup>: articolare la value proposition e misurare il mercato



***n* ATTORI COINVOLTI, SU DIVERSE CATENE DEL VALORE, CON DIFFERENTI OBIETTIVI E POTERE CONTRATTUALE**

- € Come articolare la Value Proposition in base agli obiettivi di ciascun attore?
- ? Come attingere alla conoscenza parziale del mercato che ciascun attore detiene?

# Il protagonista della nostra storia



Intelligent Panel  
For  
Energy  
Management





# Se io dico i quadro, tu capisci...



MONITORAGGIO CONSUMI E PRESTAZIONI  
OTTIMIZZAZIONE ENERGETICA  
INTEGRAZIONE CON DOMOTICA, ETC.

FANTASTICO:  
SPENDO MENO E  
HO TUTTO SOTTO  
CONTROLLO



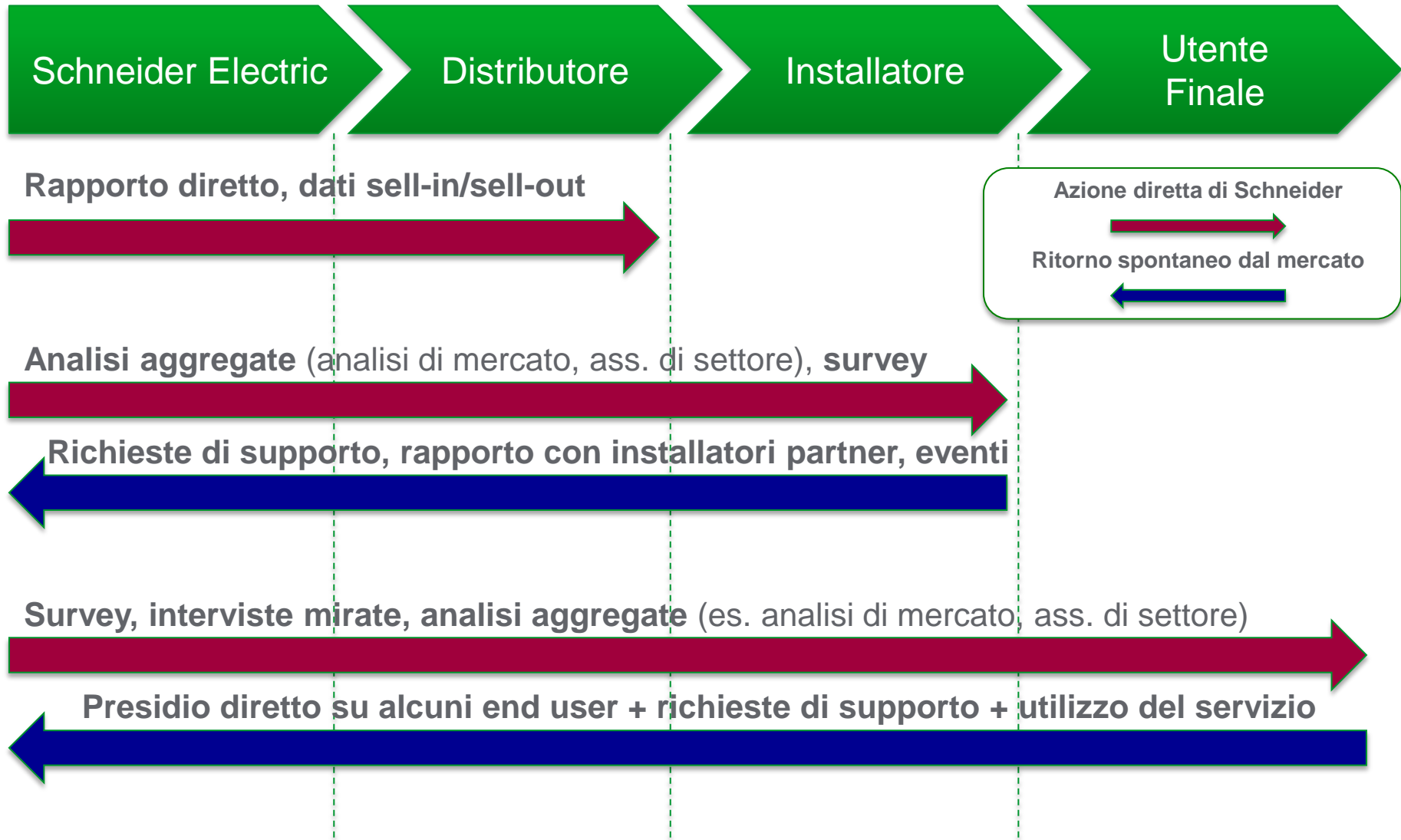
PIÙ COMPLESSITÀ  
MA ANCHE PIÙ  
FATTURATO



PIÙ COMPLICAZIONE E  
MENO SOLDI DA SERVIZI  
DI MANUTENZIONE

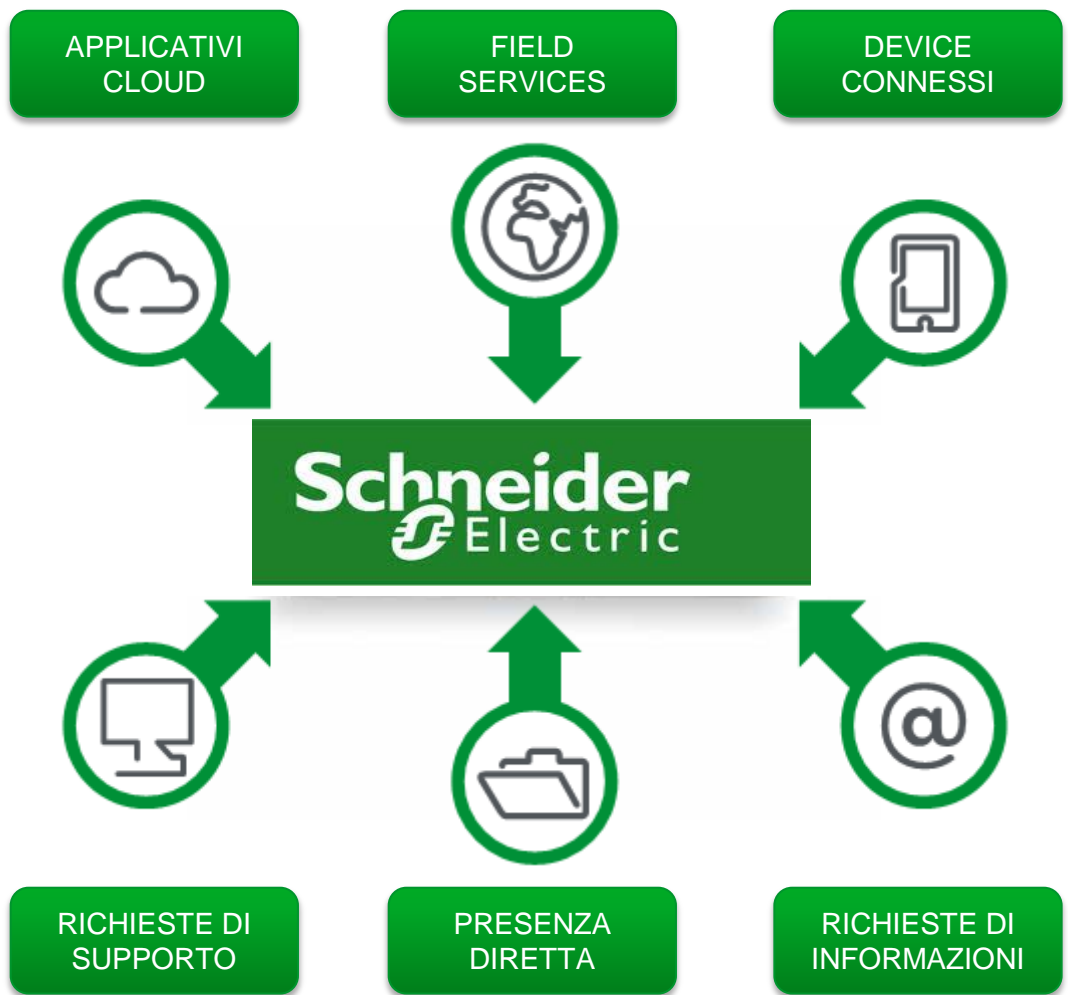


# COME MISURARE IL MERCATO B2B? → chi e come utilizza i nostri prodotti?





# Sfruttare il ritorno spontaneo dal mercato



- Innovazione guidata dal mercato
- Miglior comprensione del valore d'uso → differenziazione vs. concorrenti
- Maggior potere negoziale
- Possibilità di passare lead e aprire business per gli installatori

Make the most of  
your energy™



[schneider-electric.com](http://schneider-electric.com)

**Schneider**  
Electric