



DMC

ACADEMY

CREATIVITÀ COSMETICA
Non seguite il mercato,
create il vostro

Laila Groppi, Digital Project Manager

CONOSCIAMOCI!





levis

Levi's

163 post 10,4 Mln follower 34 seguiti

Behind Every Original

At least we got to choose how we cover it

gillette • Segui

gillette @levis they got us too

1 sett Vedi traduzione

Per te ▾

levis oh so there are favorites

1 sett Piace a 11.078 persone Rispondi Vedi traduzione

Visualizza le risposte (34)

falajoaobranco

1 sett Piace a 20 persone Rispondi

Visualizza le risposte (1)

buenosaires.ar

5 g Piace a 5 persone Rispondi

beatsbydre

2 g Piace a 231 persone Rispondi

Visualizza le risposte (1)

lulunellygonzalez

5 g Mi piace: 1 Rispondi Vedi traduzione

Piace a anamagalhaes21 e altri

7 giorni fa

Aggiungi un commento... Pubblica

IT HAS TO BE

heinz • Segui

heinz At the match, even when we can't say it...

1 sett Vedi traduzione

Per te ▾

levis dang. you too?

1 sett Piace a 4707 persone Rispondi Vedi traduzione

Visualizza le risposte (32)

heineken

1 sett Piace a 852 persone Rispondi

Visualizza le risposte (2)

jeffcr Love it!

1 sett Piace a 138 persone Rispondi

Visualizza le risposte (7)

durex

1 g Piace a 250 persone Rispondi Vedi traduzione

Visualizza le risposte (4)

beatsbydre

2 g Piace a 518 persone Rispondi Vedi traduzione

16 giugno

Pubblica



5 tendenze chiave

AI & PERSONALIZZAZIONE

**PACKAGING
NARRATIVO**

FORMULE IBRIDE

SOSTENIBILITÀ

**ESPERIENZE
SENSORIALI**

Collaborare per creare

Brainstorming



Area di Focalizzazione	Domande Guida per la Discussione	Appunti del Gruppo (Parole chiave)
Ispirazione/Tema	Qual è la tendenza (sociale, culturale, scientifica, di mercato) che ci ispira? Quale emozione o esperienza vogliamo evocare?	
Il Problema da Risolvere	Quale lacuna nel mercato o bisogno insoddisfatto del consumatore indirizziamo? (Es. sostenibilità, velocità di applicazione, efficacia su un problema specifico).	
Target & Insight	Chi è esattamente il nostro consumatore ideale? (Età, stile di vita, valori). Qual è la sua motivazione/desiderio profondo (l'insight)?	
Concept Differenziante	Qual è la parola chiave o la frase che definisce il nostro prodotto? Cosa lo rende unico e memorabile?	

L'idea prende vita

Sviluppo e sintesi



Area di Focalizzazione	Domande Guida per la Discussione	Appunti del Gruppo (Parole chiave)
Ispirazione/Tema	Qual è la tendenza (sociale, culturale, scientifica, di mercato) che ci ispira? Quale emozione o esperienza vogliamo evocare?	
Il Problema da Risolvere	Quale lacuna nel mercato o bisogno insoddisfatto del consumatore indirizziamo? (Es. sostenibilità, velocità di applicazione, efficacia su un problema specifico).	
Target & Insight	Chi è esattamente il nostro consumatore ideale? (Età, stile di vita, valori). Qual è la sua motivazione/desiderio profondo (l'insight)?	
Concept Differenziante	Qual è la parola chiave o la frase che definisce il nostro prodotto? Cosa lo rende unico e memorabile?	

A hand holding a glowing lightbulb. Above the lightbulb is a sphere filled with various business and success-related icons, including lightbulbs, gears, charts, and the words 'IDEAS', 'TEAMWORK', and 'SUCCESS'.

**CONDIVIDIAMO
L'INNOVAZIONE**

Slide/Sezione (max 3 min)	Contenuto Chiave
1. Introduzione & Insight	Nome del prodotto e Il Problema che risolve (Il "Perché").
2. Il Concept & L'Unicità	Descrizione del prodotto (Categoria, Formato) e la sua Ragione Differenziante (Il "Cosa" dirompente).
3. I Benefici Chiave	Focus sul Hero Ingredient e sui Benefici per il consumatore (Il "Come").
4. Conclusione & Claim	Riepilogo dell'emozione/esperienza e il Claim di Marketing finale.



**Ora siamo pronti:
la macchina dei
soldi è (quasi)
fatta!**

DMC Academy
26 Giugno 2026