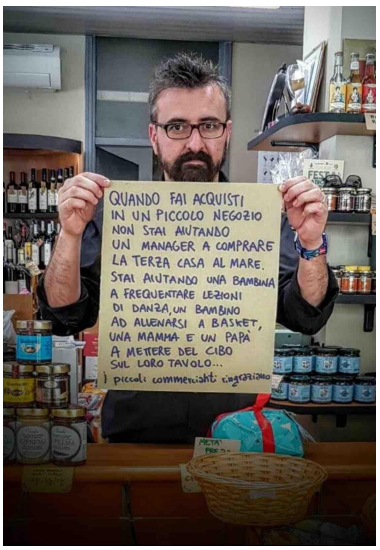
Il negoziante contro le grandi catene: è una “value proposition” efficace?

Guarda questa foto che gira su Facebook, è una **value proposition** corretta?



Ritieni che sia una campagna di sensibilizzazione?
O una raccolta fondi per beneficenza?

E’ una Unique Selling Proposition?
O una *Pietas* Selling Proposition?

In giro ho già letto commenti di ogni sorta: dalla giustezza della rivendicazione alle critiche più sprezzanti.

Ti dico la mia:

1.
Capisco l’amarezza e la preoccupazione e l’incazzatura di questo signore se gli affari non gli vanno bene. Umanamente, quindi, tutta la mia solidarietà.

2.
Però trovo che la lotta di classe del titolare del piccolo negozio contro il manager sia una forzatura ridicola e sbagliata.

Oltretutto: ma dove sono i manager delle catene con 3 case al mare? Non diciamo belinate, dai… quel manager è un dipendente di una catena, non prende mica lo stipendio e i bonus di Marchionne.

Inoltre si potrebbe dire anche così: quando qualcuno compra una merendina al supermercato, permette anche alla commessa del supermercato di mandare a danza la sua di bambina, no?

Piantiamola coi luoghi comuni: ormai della lotta di classe non parla più nemmeno Bertinotti!

3.
Piuttosto ho una domanda:

>> Clicca qui per leggere l’articolo integrale sul nostro blog <<

© B2B International Group