



- **Scenario: il gruppo multinazionale Nestlé Nutrition** voleva esplorare l'importanza strategica e l'opportunità di mercato di certi **prodotti per la puericultura leggera**

- **Progetto:** BCS completò un'analisi di sei settimane sul mercato mondiale degli Accessori per l'Alimentazione Infantile e valutò il suo attrattivo per **Nestlé Nutrition**

- Realizzò un'ampia ricerca di mercato su fonti primarie e secondarie
- Visitò la principale fiera del settore ed intervistò vari agenti del mercato
- Segmentò il mercato e determinò l'opportunità per categoria di prodotto e geografia
- Valutò i vantaggi competitivi di Nestlé in questa area e ipotizzò possibili alternative strategiche in base agli attivi della cliente e ai suoi obiettivi strategici
- Sviluppò una serie di scenari a futuro in base alle opzioni disponibili



- **Risultato: Nestlé Nutrition** continuò ad esplorare due alternative strategiche, che portarono alla fine alla dismissione di alcuni attivi a favore di un leader del settore