

Modello d'impresa tradizionale	Modello di governance del lusso
Impostazione strategica convenzionale	Principi contro-intuitivi e anti-convenzionali
Espansione dei volumi	Governo della scarsità
Soddisfazione del bisogno o del desiderio	Costruzione del sogno
Best seller	Long seller
Standardizzazione	Personalizzazione e unicità
Confronto competitivo	Sottrazione alla comparabilità
Giustificare i prezzi elevati	Giustificare solo i rialzi di prezzo
Riduzione dei prezzi come leva	Incremento del prezzo come strumento strategico
Accelerazione e immediatezza	Attesa come elemento qualificante
Penetrazione del mercato	Consolidamento del capitale simbolico
VIP (Very Important Person)	VIC (Very Important Client)
Influencer a logica transazionale	Ambassador identitari
Adeguamento alla domanda crescente	Controllo selettivo dell'accesso
Delocalizzazione produttiva	Radicamento territoriale
Politiche promozionali esplicite	Privilegi discrezionali non pubblicizzati
Segmentazione interna	Coerenza assoluta di posizionamento
Brand extension	"Ibridazione semiotica" dei prodotti
Concessione in licenza	Presidio integrale dell'identità
Sostenibilità adattiva	Sostenibilità strutturale
Pricing guidato dal mercato	Pricing derivante dal valore creato

Innovazione radicale	Innovazione in sintonia con la tradizione
Benchmarking competitivo	Autoreferenzialità strategica
Espansione per segmenti	Espansione geografica selettiva
Comunicazione orientata alla conversione	Comunicazione orientata alla desiderabilità
CRM funzionale	Community Recognition Management
Elasticità prezzo-domanda tradizionale	Prezzo come moltiplicatore di desiderabilità
Logica di lancio aggressiva	Introduzione ritualizzata
Produzione industriale	Produzione artigianale
Trading-up e trading-down	Non sono previsti trading-up e trading-down
Target di consumatori	Comunità di fruitori
Investimenti per ridurre i costi	Investimenti per accrescere il valore immateriale
Fugacità e caducità	Eternità e atemporalità
Massimizzazione del profitto	Massimizzazione del valore di marca
Aumento dei prezzi = Riduzione della domanda	Aumento dei prezzi = Aumento della domanda
Funzionalità imprescindibile	Funzionalità secondaria o nulla