

Il marketing

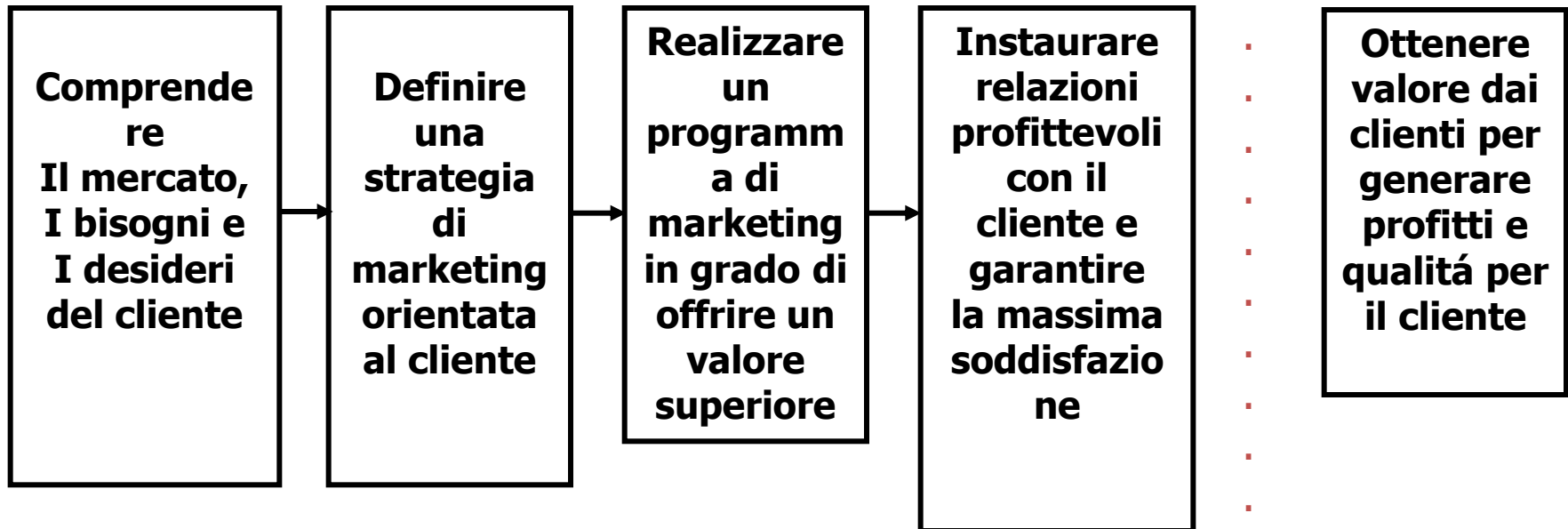


Che cos'è il marketing?

- ❑ **Il marketing è un processo sociale e manageriale per il quale gruppi e singoli individui ottengono ciò che vogliono e di cui hanno bisogno mediante la creazione e lo scambio di valore.**
- ❑ **A livello commerciale, il marketing è un processo mediante il quale le imprese creano valore per i clienti e instaurano con loro solide relazioni al fine di ottenere in cambio un ulteriore valore.**
- ❑ **Il marketing è una disciplina complessa: una decisione efficace non è quasi mai il risultato di una formula.**

Il processo di marketing

Creazione di valore per il cliente
e costruzione della relazione con il cliente



Concetti fondamentali per il marketing



- **Bisogni:** stato di malessere psicofisico percepito/reale; i bisogni sono innati. Il bisogno può essere implicito, esplicito o latente.
- **Desideri:** manifestazione culturale del bisogno; i desideri sono infiniti; il marketing influenza i desideri.
- **Valore percepito:** percezione del rapporto benefici/costi sostenuti per ottenere il prodotto.
- **Soddisfazione del cliente:** valore percepito/valore atteso.
- **Domanda di mercato:** desideri sorretti da potere d'acquisto.

Concetti fondamentali per il marketing

- **Prodotti:** qualunque cosa possa essere offerta al mercato al fine di soddisfare un bisogno (beni, servizi, luoghi, idee).
- **Scambio:** atto con cui si ottiene da qualcuno un bene desiderato in cambio di qualcos'altro. Fondamentale costruire relazioni di scambio profittevoli con i propri clienti obiettivo.
- **Mercato:** insieme di consumatori reali e potenziali di un prodotto che condividono un determinato bisogno soddisfabile mediante rapporti di scambio.

Quattro approcci strategici al mercato

- ❖ **Orientamento alle vendite: “ciò che si produce si vende”. Il marketing si traduce in azioni aggressive di promozione e vendita. Si punta al volume.**
- ❖ **Orientamento al prodotto: focalizzazione eccessiva sulla qualità del prodotto; si perdono di vista i bisogni (“miopia” di marketing).**
- ❖ **Orientamento al marketing (o al cliente): il successo dipende dalla conoscenza dei bisogni e dalla capacità di soddisfarli meglio dei concorrenti.**
- ❖ **Orientamento sociale: soddisfazione cliente e benessere della collettività**