POR PUGLIA FESR – FSE 2014 – 2020

ASSE X - Avviso Pubblico n. 6/FSE/2017, DGR n. 1417 del 05/09/2017 (BURP n. 107/2017)

Corso ITS VII Ciclo

"Tecnico superiore per il Marketing dei Prodotti Agroalimentari"

(Acronimo: TE.M.PR.A)

Docente: Giorgio Maria Francesca

AREA:

UF: MARKETING ANALITICO

MARKETING ANALITICO

GIORGIO Maria Francesca

Locorotondo, 22 gennaio 2018

- *il vero viaggio di scoperte non consiste nel cercare nuove terre ma nel possedere nuovi occhi»*
  - *M. Proust*

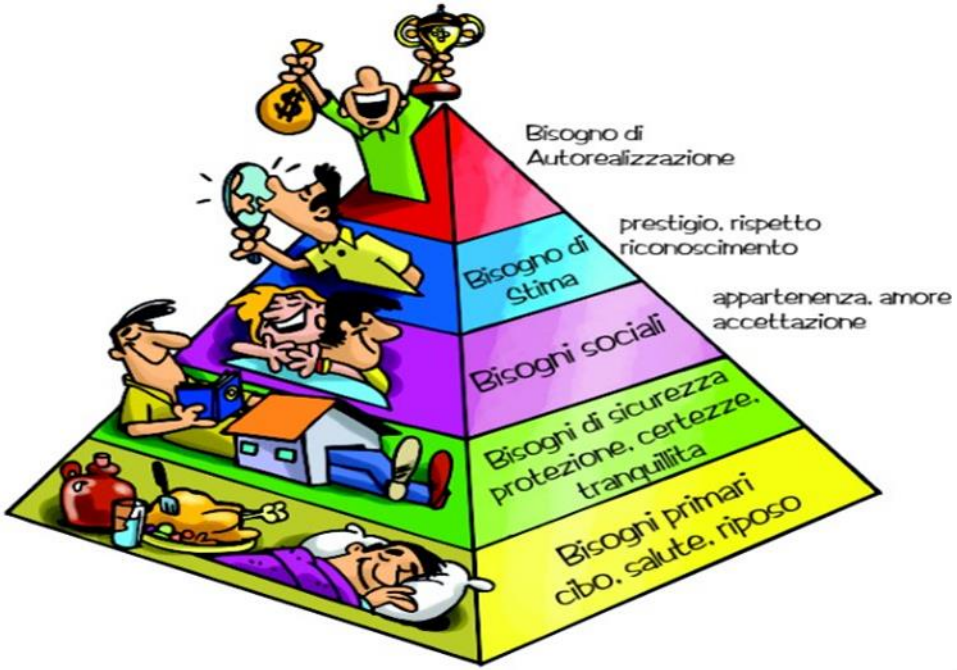
CHE COS' E' IL MARKETING ?

Il ***marketing*** può intendersi come il complesso di attività che un azienda ***pianifica, organizza e controlla,*** tendente a soddisfare i bisogni di individui o di gruppi di individui o di altre organizzazioni, rendendo loro disponibili prodotti o servizi, al fine di raggiungere gli obiettivi aziendali attraverso la ***soddisfazione dei consumatori***

(*Philip kotler*)

LA TEORIA DEI BISOGNI

Piramide di Maslow



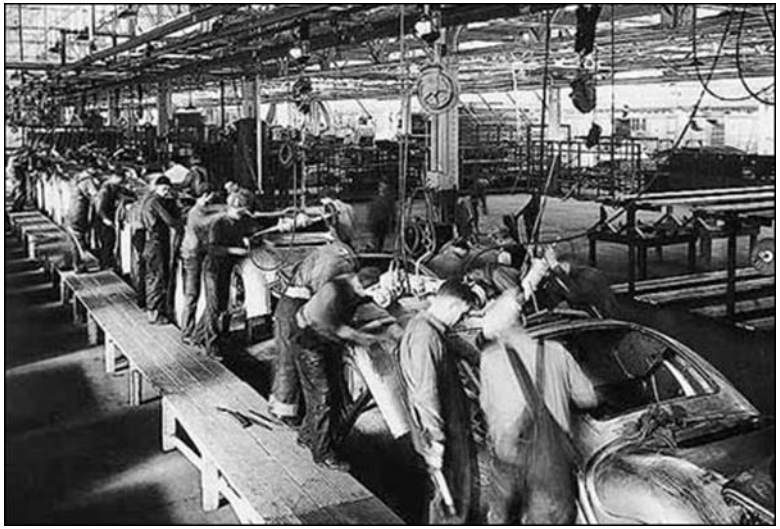
EVOLUZIONE DEL MARKETING

Orientamento alla **PRODUZIONE**

Orientamento alla **VENDITA**

Orientamento al **MARKETING**

ORIENTAMENTO ALLA PRODUZIONE



ORIENTAMENTO ALLA VENDITA

ORIENTAMENTO AL MARKETING

MARKETING SOCIALE

Determinare bisogni e desideri del mercato-obiettivo e procedere al loro soddisfacimento più efficacemente e più efficientemente della concorrenza secondo modalità che perseguano e rafforzino ***il benessere del consumatore e della società***

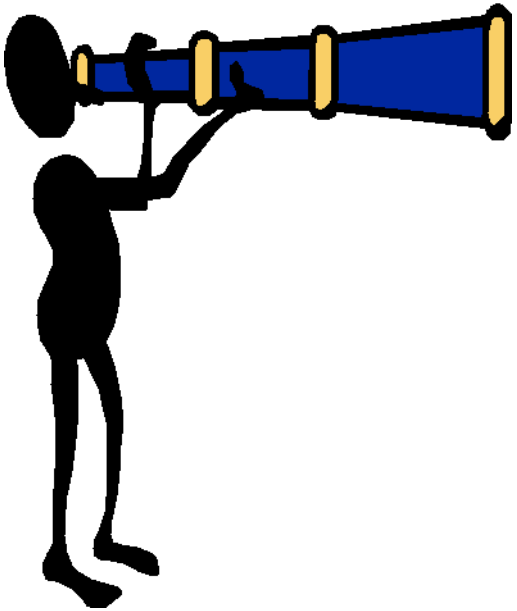
(Philip Kotler)

MARKETING OLISTICO

Il marketing è una scienza viva, è in continua evoluzione, cambia continuamente, e la sua declinazione on line ha di fronte a sé terreni inesplorati e ricchi di potenzialità

VISION

Il termine "VISION" (in italiano "Visione"), indica la proiezione di uno scenario che un imprenditore vuole "vedere" nel futuro e che rispecchia i suoi valori, i suoi ideali e le sue aspirazioni generali.



La Vision **non è un concetto astratto**, ma molto concreto poiché è proprio grazie alla "visione" di tanti imprenditori se oggi il mondo è pieno di innovazione, tecnologia, e nuovi prodotti sempre più avanzati. *Cosa sognano questi imprenditori per il loro futuro, per i loro prodotti, per i mercati che servono e per i loro consumatori?*

Cosa significa progettare un'organizzazione aziendale in funzione della loro visione?

Walt Disney VISION:

"***Rendere felici le persone".***

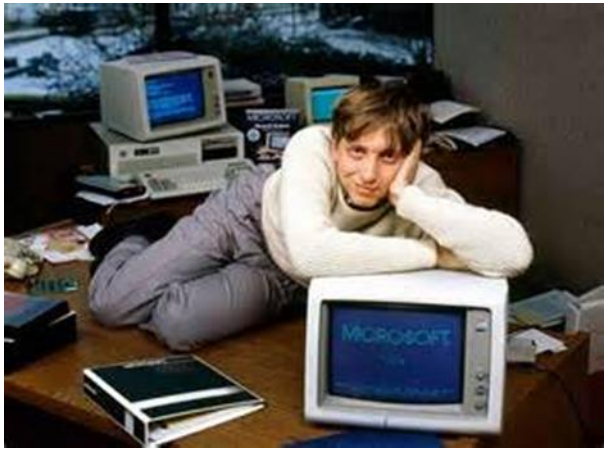
NOKIA (produzione di telefonia mobile): "***Mettendo in contatto le persone noi aiutiamo il soddisfacimento di un fondamentale bisogno umano di contatti e relazioni sociali***.

La Nokia costruisce ponti tra le persone – sia quando sono lontane che faccia-a-faccia – e colma il divario tra le persone e le informazioni di cui hanno bisogno

HENRY FORD
(fondatore dell'omonima casa automobilistica) :

"I cavalli dovranno sparire dalle nostre strade“.

BILL GATES, fondatore della Microsoft Corporation, che ha espresso nella Vision il suo sogno di imprenditore:



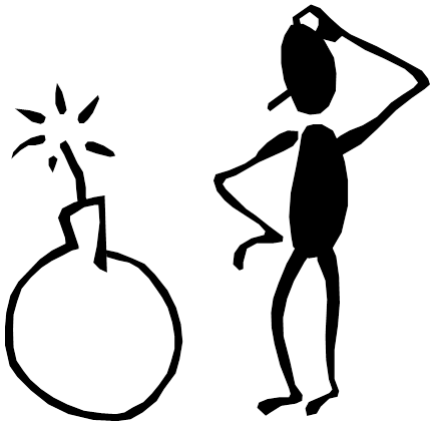
"Un personal computer su ogni scrivania, e ogni computer con un software Microsoft installato"

MISSION

definisce il ruolo dell'azienda per attuare la Vision.

La MISSION è la strada che si vuole percorrere per realizzare la Vision e serve per definire le risorse che devono essere utilizzate per arrivar alla Vision. La MISSION dell'organizzazione deve rispondere ad alcuni elementi chiave quali:

- ✓ ***CHE COSA PRODURRE prodotto***
- ✓ ***A CHI RIVOLGERSI target***
- ✓ ***COME VENDERE strategia***

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Prossima Lezione « AMBIENTE DI MARKETING»