



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI TRIESTE

*Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali,  
Matematiche e Statistiche "Bruno de Finetti"*

# MARKETING

A.A. 2018-19

*Patrizia de Luca*

SEGMENTAZIONE DEL MERCATO



# Un dilemma strategico

- Competere sui prezzi?
- Competere sulla differenziazione?
- Offerta standardizzata?
- Offerta personalizzata?



*L'eterogeneità del mercato e della domanda  
è un'opportunità di valore?*

# Matrice di strategie di marketing



# Segmentazione della domanda

- Segmentazione
  - Raggruppare soggetti del mercato potenziale in insiemi omogenei
  - Frammentare il mercato in sottoinsiemi distinti, per aspetti di eterogeneità rilevante)
- Ipersegmentazione
- Controsegmentazione



# Quanti e quali segmenti?

- Non è possibile rispondere oggettivamente
- La segmentazione è un'operazione soggettiva
- Diverse imprese possono segmentare lo stesso mercato potenziale in modo diverso
- Ogni segmento deve rispondere a requisiti fondamentali

# Requisiti di un segmento

- Massima similitudine e omogeneità interna
- Massima distanza ed eterogeneità esterna
- Rilevanza economica
- Misurabilità
- Sostenibilità
- Operatività

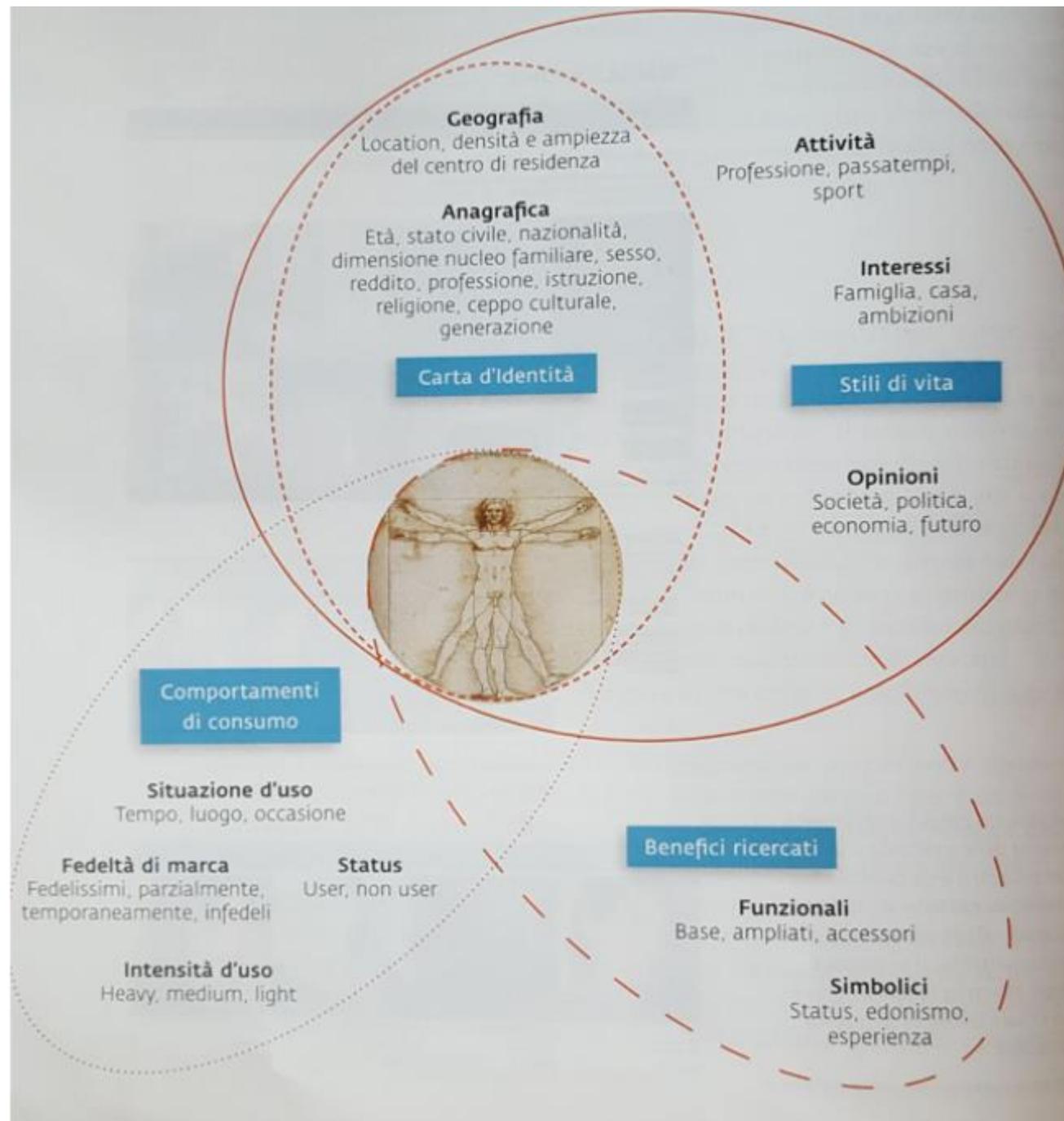
# Segmento: una definizione

Un segmento è «un (relativamente) omogeneo gruppo di individui, economicamente significativo e operativamente raggiungibile, che manifesta un'elevata probabilità di rispondere a un medesimo stimolo di marketing in modo simile»

(Mattiacci, 2014, p. 234)

# Variabili di segmentazione

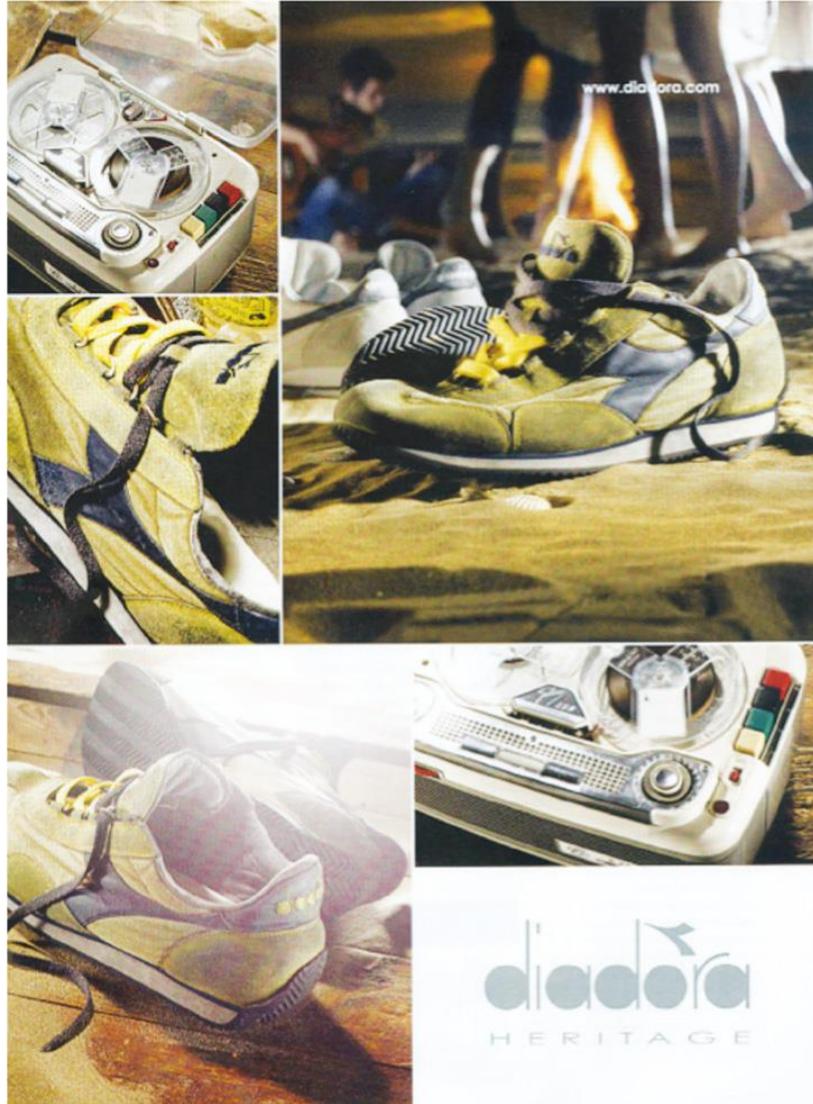
Carta d'identità	Benefici ricercati	Comportamento di consumo	Stili di vita
<b>Geografia</b>	<b>Funzionali</b>	<b>Situazioni d'uso</b>	<b>Attività</b>
Location, densità e ampiezza centro residenza	Base, ampliati, accessori	Tempo, luogo, occasione	Professione, passatempo, sport, ...
<b>Anagrafica</b>	<b>Simbolici</b>	<b>Fedeltà di marca</b>	<b>Interessi</b>
Età, genere, stato civile, nazionalità, professione, reddito ...	Status, edonismo, esperienza	Fedelissimi, parzialmente, temporaneamente, infedeli	Famiglia, casa, ambizioni, ...
		<b>Status</b>	<b>Opinioni</b>
		User, non user	Società, politica, economia, futuro...
		<b>Intensità d'uso</b>	
		Heavy, medium, light	



# Dal segmento al target: le scelte dell'impresa

- Mass market: segmentazione non significativa
  - Acqua Guizza
- Segmenter: uno o più segmenti come target
  - Smart (city car); Toyota (offerte differenziate)
- Combiner: target formati da una combinazione di segmenti
  - Fructis di Garnier (shampoo 2 in 1, per differenti problemi capelli)

Diadora ha scelto di focalizzare la propria product offering e i programmi di marketing su un target che riconosce valore ai richiami emozionali degli anni Settanta-Ottanta.



L'elevato livello di benessere e il progresso scientifico-tecnologico sono i fattori alla base dell'ipersegmentazione della domanda che si riscontra in molti mercati. Gli integratori vitaminici rappresentano un chiaro esempio di questa tendenza.

**Multicentrum**  
Completo in A+Zinco

CONTATTI    FAQ    ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

PRODOTTI E BENEFICI    APPROFONDIMENTI    I NOSTRI ESPERTI

MULTICENTRUM DONNA 50+    [VISUALIZZA I PRODOTTI IN DETTAGLIO](#)

 <b>DONNA 50+</b> Specifico per donna 50+	 <b>UOMO 50+</b> Specifico per uomo 50+	 <b>MATERNA DHA</b> Per donne in gravidanza e allattamento	 <b>MATERNA</b> Per donne in gravidanza e allattamento
 <b>JUNIOR</b> Per bambini da 4 anni in su	 <b>MULTICENTRUM</b> Per adulti dai 12 ai 50 anni	 <b>DONNA</b> Specifico per donna	 <b>UOMO</b> Specifico per uomo
 <b>BABY</b> Per bambini da 1 ai 6 anni	 <b>CARDIO</b> Per chi vuole mantenere cuore e livelli colesterolo sani	 <b>SELECT 50+</b> Per adulti dai 50 anni in su	

Buy and sell Moleskine notebooks customized by artists

1. Artists use authentic Moleskine notebooks as their canvas
2. Create one-of-a-kind art on the cover
3. And sell directly to you



Explore techniques

ADHESIVE | CARVED | COLLAGE | EMBROIDERED | LINOCUT | PAINTED | RECYCLED | SCREENPRINTED | SILKSREEN | SKETCHED | MIXED | OTHER

THE LATEST ADHESIVE CREATIONS

What's adhesive?  
You can stick anything and everything onto your Moleskine notebook. The only questions are how and where...

More adhesive >



Souvenirs	Tahiti	Les Etrennes
SYLVIE BELGRAND	SYLVIE BELGRAND	SYLVIE BELGRAND
€15.00 EUR	€15.00 EUR	€15.00 EUR
Like 10	Like 11	Like 14

Recent Artists



Moleskine conduce un'attenta analisi delle modalità d'uso del prodotto e su questa base individua dei sub-segmenti ai quali offrire esperienze personalizzate. Il segmento degli artisti (o supposti tali) è un chiaro esempio di questa strategia.

# Capitolo 9



The screenshot shows the top navigation bar of the Expedia Access website. On the left is the Expedia Access logo. In the center, there is a login section for affiliates with fields for 'Indirizzo e-mail' and 'Password', and an 'Accedi' button. Below these fields is a link: 'Hai dimenticato la password?'. On the right, there is a language dropdown menu set to 'Italiano' and a link: 'Primo Accesso per Agenzie già affiliate | Contattaci'.

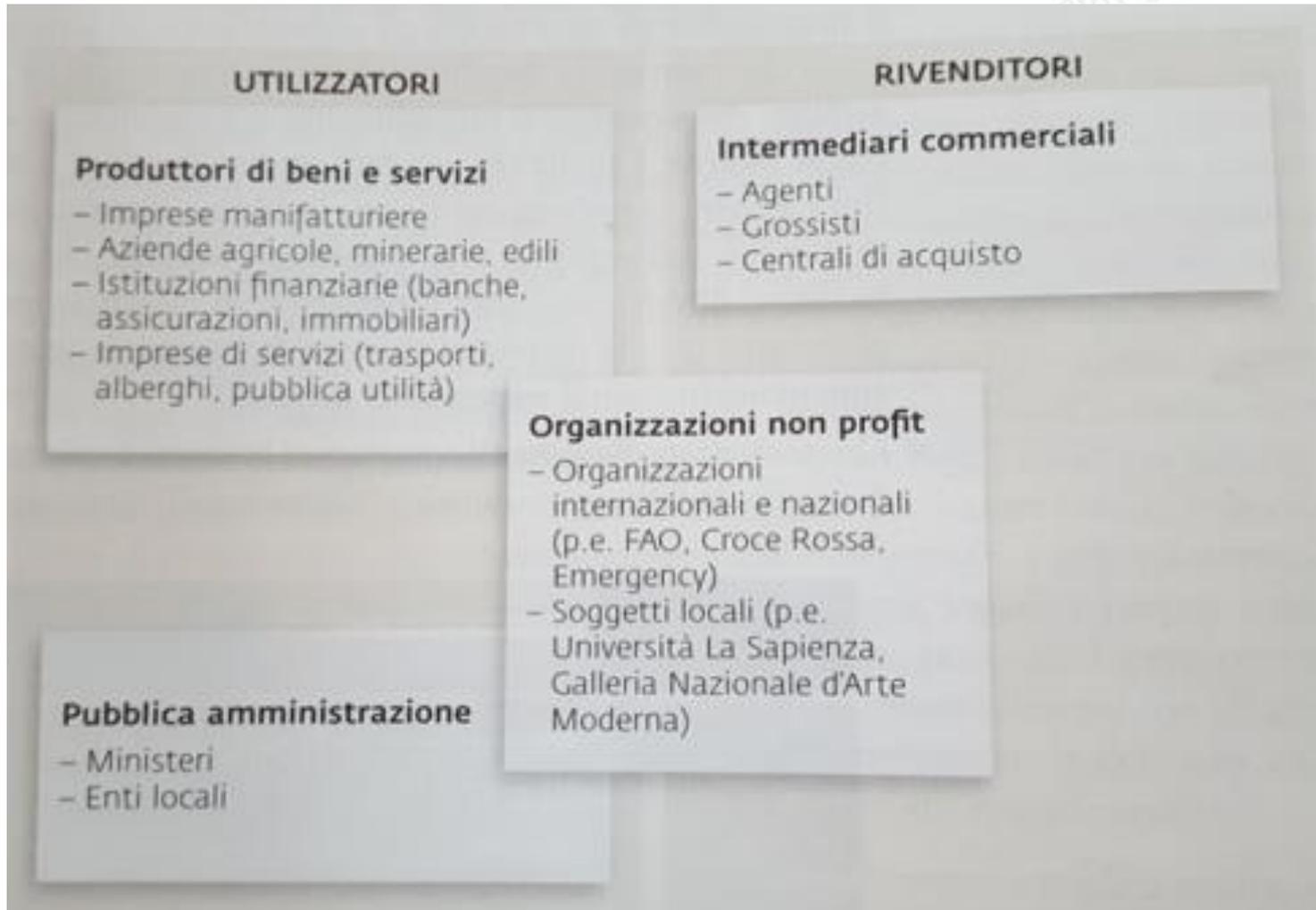
The main content area features a large blue banner with the title 'Programma Speciale Agenzie di Expedia'. Below the title, it states: 'Expedia ti offre l'opportunità di diventare partner del più grande servizio di prenotazioni on-line al mondo e di guadagnare commissioni prenotando hotel, pacchetti personalizzati, autonoleggi e attività.' To the right of the text is an image of a white airplane on a runway.

On the left side of the main content area, there is a vertical navigation menu with the following items: 'Home', 'Iscrizione', 'Primo Accesso', 'Strumenti', 'Chi siamo', and 'Ho dimenticato la password'. Below this menu is a box for 'Programma Speciale Agenzie di Expedia' with contact information: 'Contattaci', '800 917 985', and 'agenzie@expedia.com'.

The main content area is divided into two columns. The left column is titled 'NUOVE AFFILIAZIONI' and contains the text: 'Non sei ancora registrato al Programma Agenzie di Expedia.it e vuoi iscriverti ora? Accedi subito al modulo di iscrizione!' followed by a yellow 'Registrazione' button. The right column is titled 'Agenzie GIÀ ISCRITTE' and contains the text: 'Se sei già affiliato al programma è necessario attivare il tuo account sul nuovo portale Expedia Access. Avrai accesso immediato al nuovo portale con il tuo profilo di agenzia. Inizia subito ad esplorare le nuove funzionalità che abbiamo pensato per te. È molto semplice, veloce e ti verrà richiesto solo al primo accesso. Accedi dal seguente link:' followed by a yellow 'Primo Accesso' button. Below this, there is a section titled 'PRENOTA CON EXPEDIA.IT' with the text: 'Se sei già affiliato, puoi prenotare subito su Expedia.it inserendo il tuo codice di tracking nel box e selezionando il pulsante "Accedi"' followed by a 'Codice di Tracking' input field and an 'Accedi' button.

Il web offre uno straordinario supporto per segmentare le imprese potenziali clienti e partner. Le procedure di iscrizione, infatti, consentono di raccogliere dati primari che popolano i database e consentono semplici ma efficaci analisi di segmentazione.

# Il cliente nel mercato B2B



# Peculiarità del mercato B2B

- Ambiente di acquisto e consumo
  - Prodotti destinati alla vendita (distributori)
  - Prodotti destinati alla produzione (altri produttori)
- Processo d'acquisto
  - Utilizzatori
  - Influenzatori
  - Buyer
  - Decisori
  - Gatekeeper

# Peculiarità nel mercato B2B

- Fattori rilevanti nel comportamento d'acquisto
  - Elementi tecnici
  - Elementi economico-finanziario
  - Routine
  - Relazioni umane

# Natura degli acquisti nel B2B

- Acquisto completamente nuovo
- Riacquisto costante
- Riacquisto modificato



# Variabili di segmentazione nel B2B

- Profilo anagrafico dell'impresa
  - Settore, dimensione, localizzazione, ...
- Variabili operative
  - Capacità cliente, intensità uso, tecnologia...
- Variabili organizzative
  - Complessità organizzativa, natura relazioni, politiche d'acquisto, criteri adottati, ...
- Fattori contingenti
  - Urgenza, applicazioni specifiche, dimensioni ordine, ...
- Caratteristiche personali
  - Analogia acquirente-venditore, atteggiamento verso il rischio, fedeltà, ....