



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TRIESTE

Chi studia il comportamento del consumatore in azienda?

Giovanna Pegan 2022_2023



Chi studia il comportamento del consumatore in azienda?

Legittimazione recente di questo specifico ambito di studio

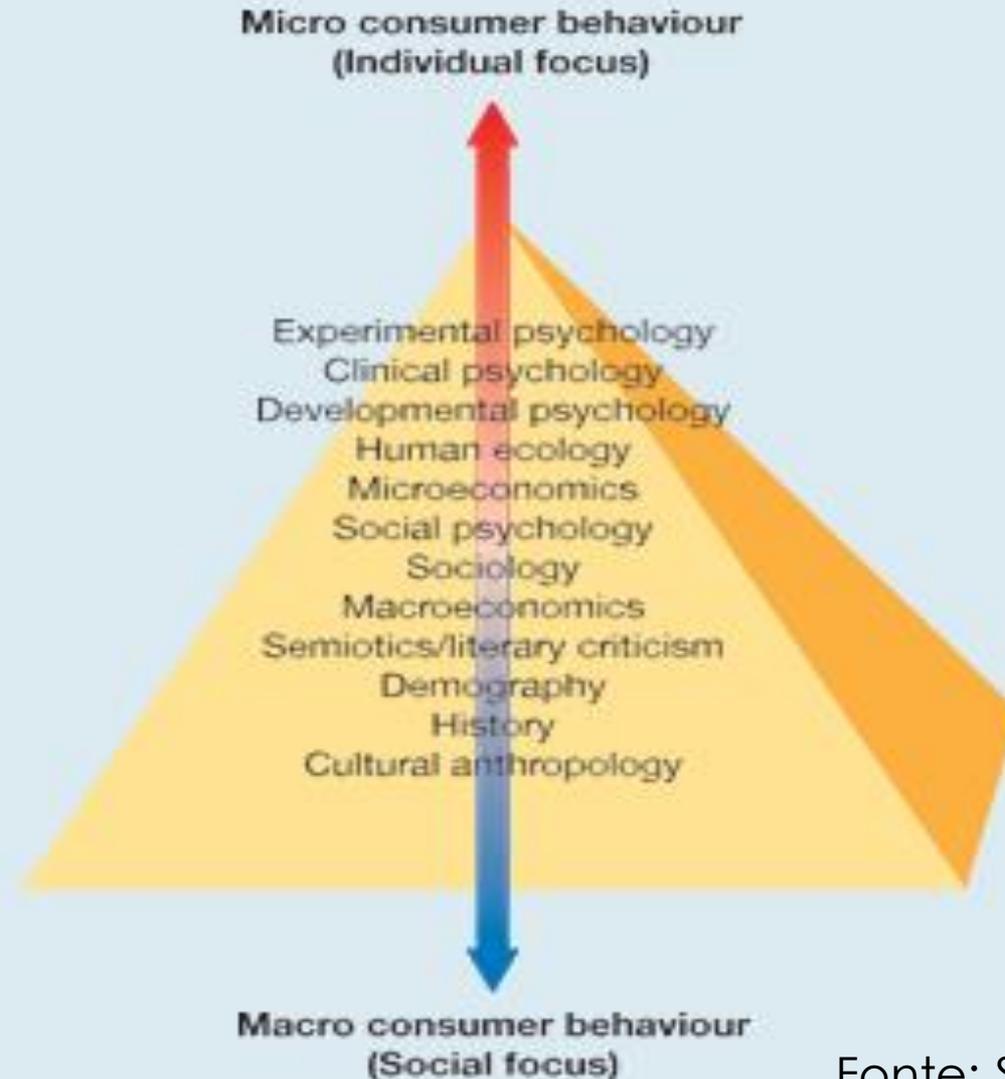
Fortemente multidisciplinare

Per comprenderlo c'è bisogno del supporto della psicologia e dell'economia comportamentale

La piramide del consumer behavior



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TRIESTE



Fonte: Solomon et al, 2002

In ottica mangeriale?



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TRIESTE

Lo studia soprattutto il marketing...

...ma cos'è il marketing?



> Il marketing concept

«È quella disciplina che attraverso l'**analisi** (dei bisogni dei consumatori) e la **pianificazione** permette di dare vita al **CCDV= creare, comunicare, distribuire VALORE SUPERIORE** alla community, al cliente...»

..aiuta l'azienda (non solo le vendite) a trovare nuove opportunità di business e di mercato

(Kotler, 2018)



> Il marketing oggi

Mktg 5.0: il Marketing 5.0 è l'applicazione di tecnologie che imitano l'umano (es. AI) per creare, comunicare, offrire e aumentare il valore lungo il customer journey.

Significa capire dove macchine e persone potrebbero integrarsi le une con le altre per creare il massimo valore lungo il customer journey, mantenendo la human centricity.

I marketer devono identificare le ansie e i desideri dei consumatori per raggiungere le loro menti, i loro cuori e i loro spiriti

Nel paradosso della globalizzazione, l'ansia e il desiderio generico dei consumatori è quello di rendere la loro società - e il mondo in generale - un posto migliore... (spinta alla sostenibilità)

➤ Le sfide del Marketing 5.0 (Kotler et al, 2021)

☐ I gap generazionali



BABY BOOMERS



GEN X



GEN Y



GEN Z



GEN ALFA

*DEFINIZIONE
CHIAVE*

La potenza
economica
che invecchia

I figli
di mezzo
diventano
leader

I Millennials
Gen-Why

I primi
nativi digitali

I figli
dei Millennials

BRAND AFFERMATI

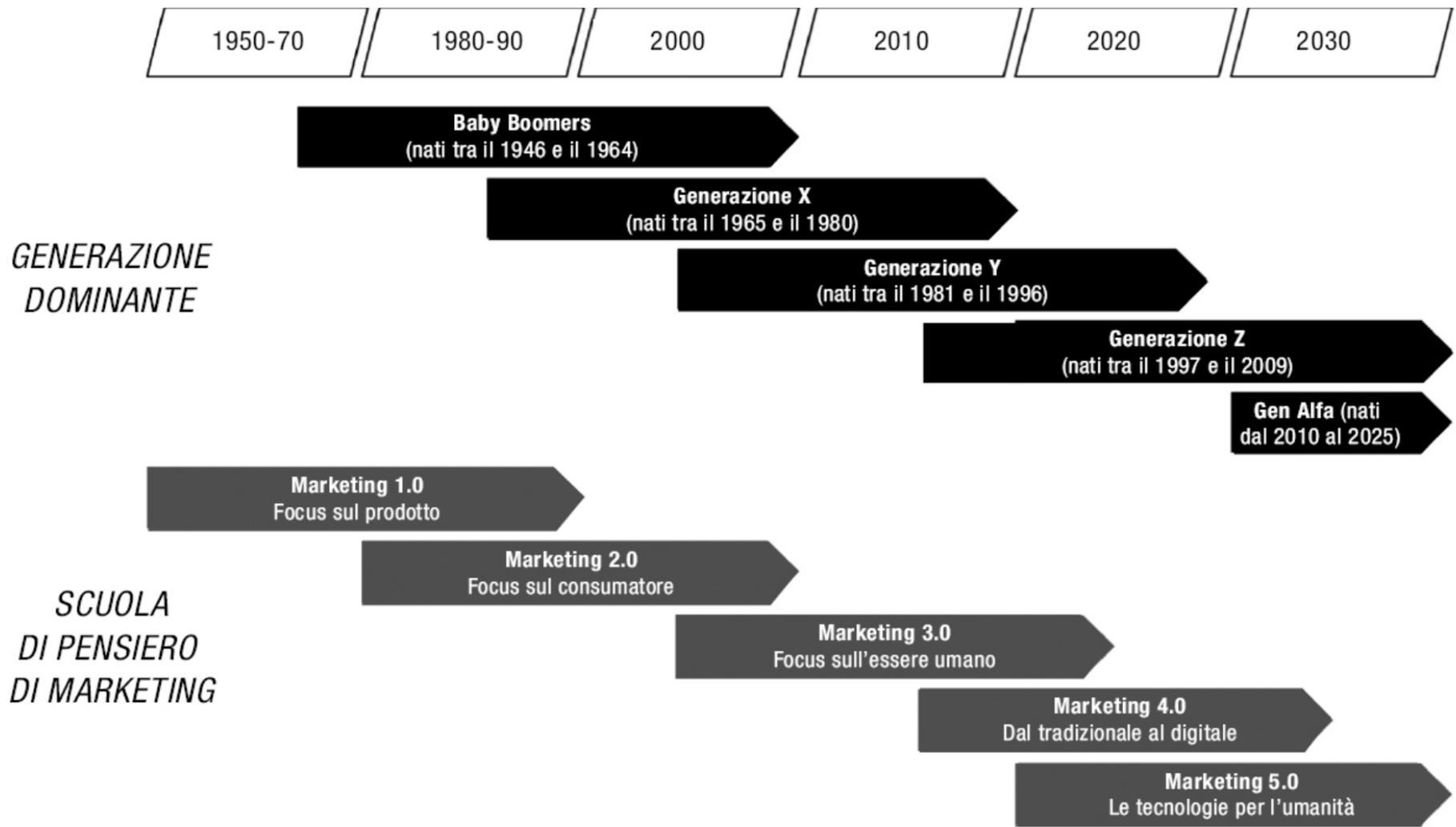
*PREFERENZE
DI BRAND*

BRAND ESPERIENZIALI

BRAND COINVOLGENTI



➤ Le sfide del Marketing (Kotler et al, 2021)





> Le sfide del marketing 5.0

- ❑ Digital divide
- ❑ Polarizzazione delle ricchezza: mercato intermedio si sta contraendo (aumenta la fascia bassa o la fascia alta)



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TRIESTE

Conosci veramente il tuo cliente/consumatore?

Poniti sempre questa domanda in qualunque azienda
andrai a lavorare...

Impatto del consumatore sul marketing

La Segmentazione di mercato per conoscere il cliente



Il processo di suddivisione di un mercato consumer o business (clienti esistenti o potenziali) in sottogruppi distinti di clienti che hanno esigenze simili (segmento). Ogni sottoinsieme può essere scelto come target di mercato da raggiungere con una distinta strategia di marketing.



Mercato totale

Mario Rossi

Segmentare è fondamentale perchè:

- I mercati hanno una varietà di esigenze e preferenze di marche/ptto.
- Le aziende possono definire meglio le esigenze di business/clienti.
- Il budget di marketing è limitato.
- I decisori aziendali possono definire e allocare le risorse in modo più accurato.



Per I consumatori la segmentazione di mercato significa:

“ Meet *my* needs – give me what I want/need”

Il marketing oggi...



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TRIESTE

«Il marketing è tutto intorno a noi" dice Godin

«ed è ora di farne un uso migliore...Il marketing **è offrire soluzioni per migliorare e cambiare il mondo...**

...**È ora** di smetterla di usare i consumatori per risolvere i problemi della propria azienda e **di cominciare a usare il marketing per risolvere i problemi della gente.**

...Fare buon marketing significa identificare la più piccola nicchia di mercato capace di sostenere il proprio business. Costruire fiducia e consenso. **Adottare le narrazioni già in uso tra i propri clienti. ..»**

Seth Godin, 2018



Come si segmenta nella pratica?

Leggere Report su TOP 10 global consumer trends 2022



Come costruire un BMforBW?

Letture del paper

Chandy et al., (2021). Better Marketing for a Better World, in *Journal of marketing*, American marketing association