

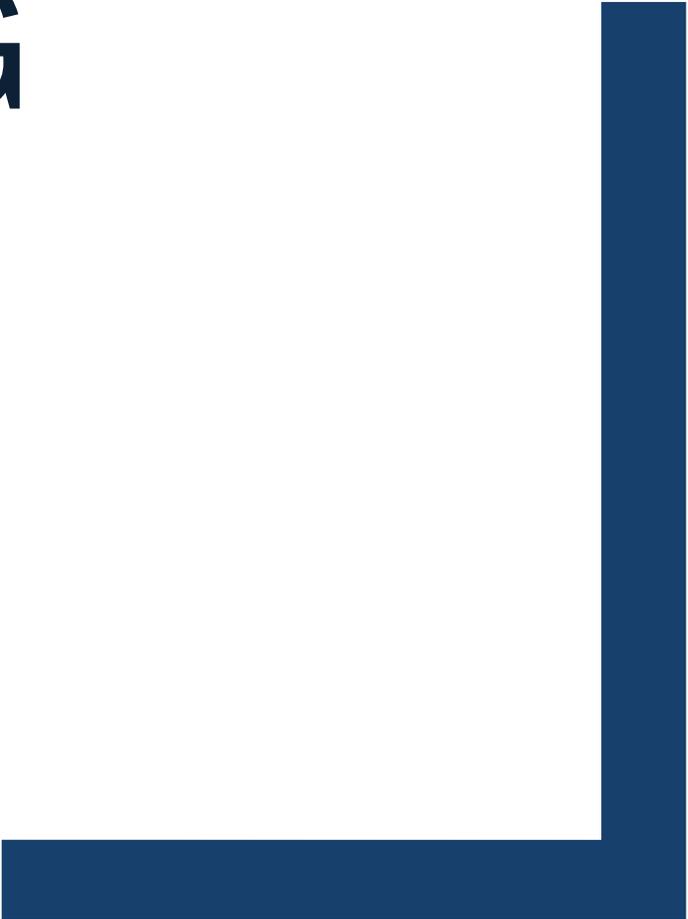


# MARKETING

A.A. 2021-22

ORIENTAMENTI AZIENDALI  
GESTIONE DEL VALORE

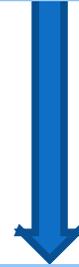
*Patrizia de Luca*  
DEAMS



# Orientamenti aziendali

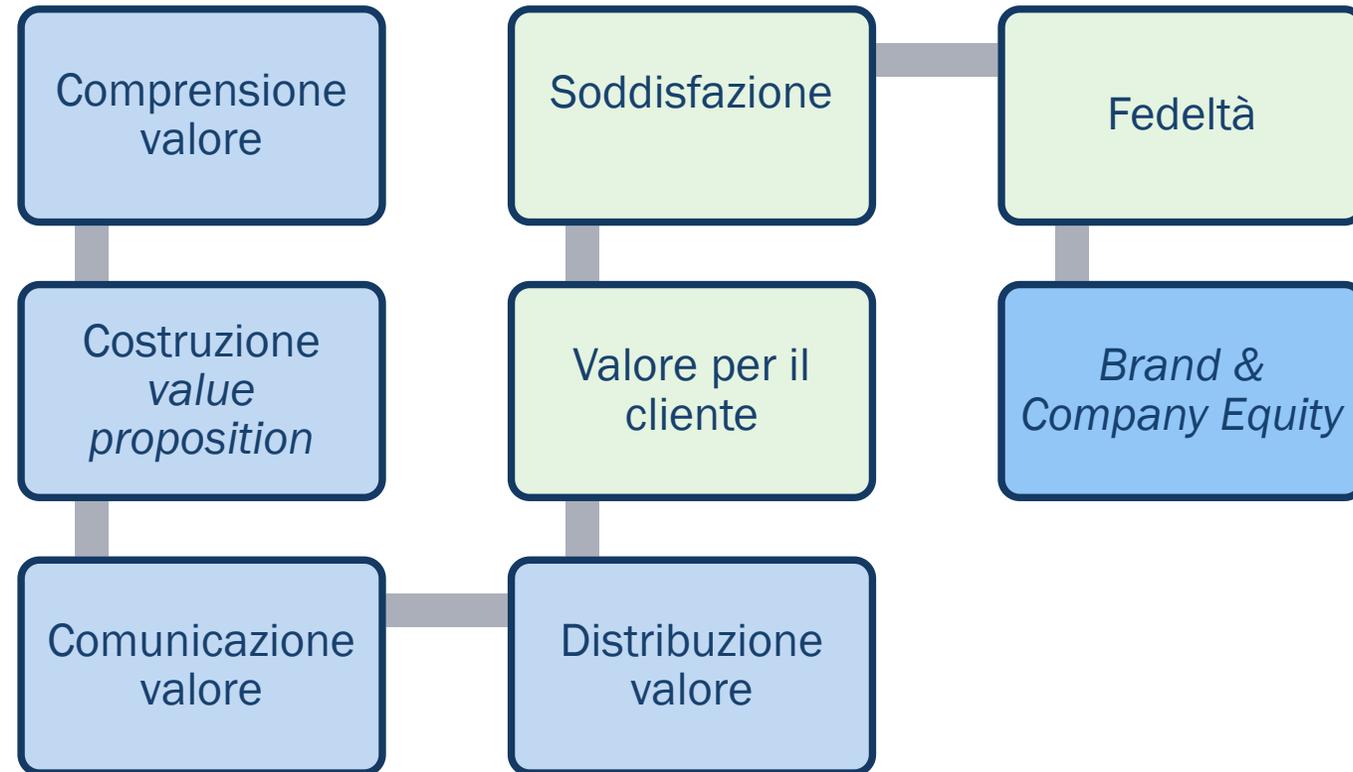
- Produzione
- Prodotto
- Vendita
- Marketing
- Cliente
- Marketing sociale o sostenibile

Approccio inside-out



Approccio outside-in

# La gestione del valore



# Scambio e relazione con il cliente

- Lo scambio è l'atto con cui si ottiene da qualcuno un valore desiderato (bene/servizio) in cambio di un corrispettivo.
- Il marketing riguarda le relazioni di scambio con i clienti: offerta di valore (beni/servizi) in cambio di altro valore (prezzo)

# La complessità dello scambio

- Un atto di scambio fra due soggetti ha luogo soltanto se si manifesta in un *contesto di libertà* e se migliora la posizione di *benessere di ciascuno* dei partecipanti (Cozzi e Zamagni, 1994).
- Lo scambio è un fenomeno che può assumere livelli di *complessità* diversi, a seconda dei *contesti* in cui prende forma.

# Elementi di un sistema di marketing



# I mercati multipli



B2C



B2B



B2C

B2B

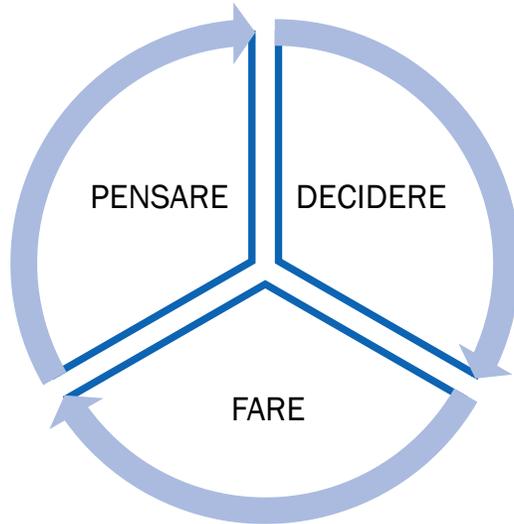
B2G

C2C

# Marketing management

- Per il marketing il primo atto di scambio rappresenta l'inizio di una relazione, orientata al lungo termine, in regime di convenienza per entrambe le parti.
- Il management è uno stile di direzione aziendale che si contrappone all'improvvisazione decisionale per il fatto di poggiare su alcune attività (intellettuali e operative) che vengono poste in sequenza logico-funzionale fra di loro in un processo a più fasi.

# Le macro-fasi del processo di marketing management



# Il mercato: concetti introduttivi

- Insieme degli acquirenti di un prodotto
- attuali e potenziali
- che condividono un determinato bisogno/desiderio che può essere soddisfatto mediante rapporti di scambio con le imprese
- con riferimento a una specifica dimensione di spazio e tempo

TARGET DI RIFERIMENTO  
Popolazione che ha bevuto caffè negli ultimi 12 mesi



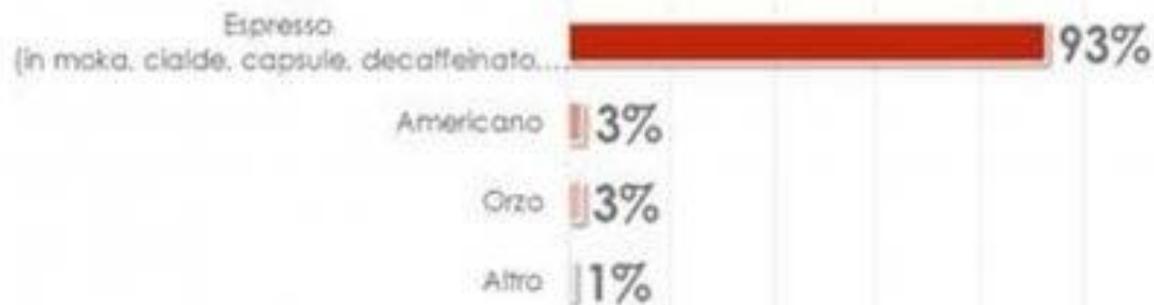
95%

Beve caffè in modo ABITUALE

89%

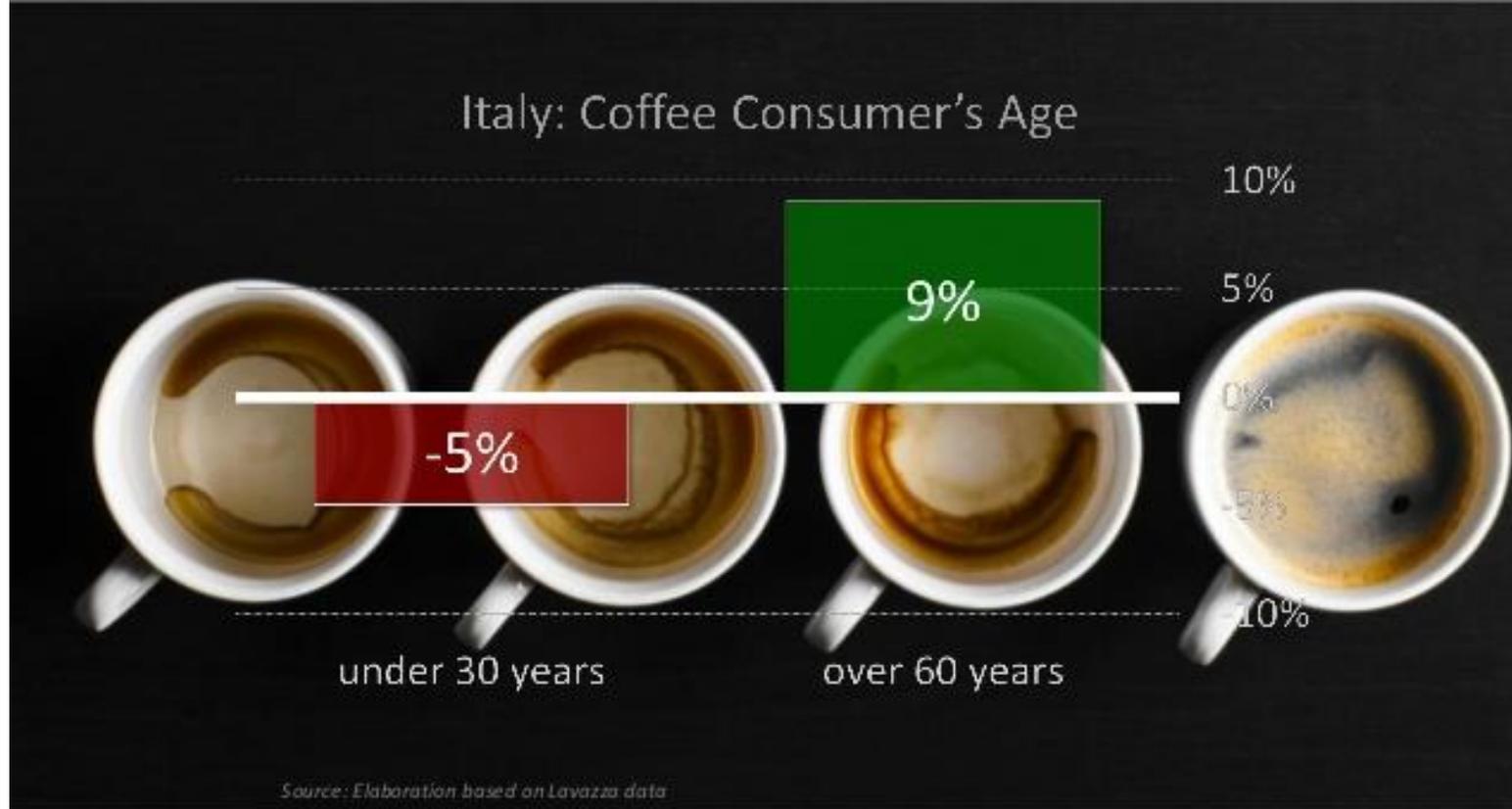
Ha bevuto caffè nelle ultime 24 ore

TIPOLOGIE DI CAFFÈ CONSUMATE CON MAGGIOR FREQUENZA NEGLI ULTIMI 12 MESI



Coffee Monitor **NOMISMA PRO**

[https://www.repubblica.it/economia/rapporti/osservazioni/conad/2018/05/18/news/il\\_caffe\\_usi\\_e\\_consumi\\_una\\_passione\\_da\\_260\\_euro\\_l\\_anno-196718427/](https://www.repubblica.it/economia/rapporti/osservazioni/conad/2018/05/18/news/il_caffe_usi_e_consumi_una_passione_da_260_euro_l_anno-196718427/)



<https://www.comunicaffe.it/maurizio-giuli-mercato-caffe/>

Dal mercato  
alla domanda di mercato



<https://www.universofood.net/2021/02/08/mercato-del-caffe-in-italia-2021/>