

MARKETING

EVOLUZIONE DEL MARKETING
E DEI RAPPORTI
INDUSTRIA-DISTRIBUZIONE-CONSUMO

Patrizia de Luca



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TRIESTE

Deams

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

Il marketing e la sua evoluzione

■ Marketing come:

- *Teoria delle relazioni di scambio di mercato*
- *Pratica aziendale*

■ Inquadramento spazio-temporale

- *Varietà nello spazio*
- *Evoluzione nel tempo*

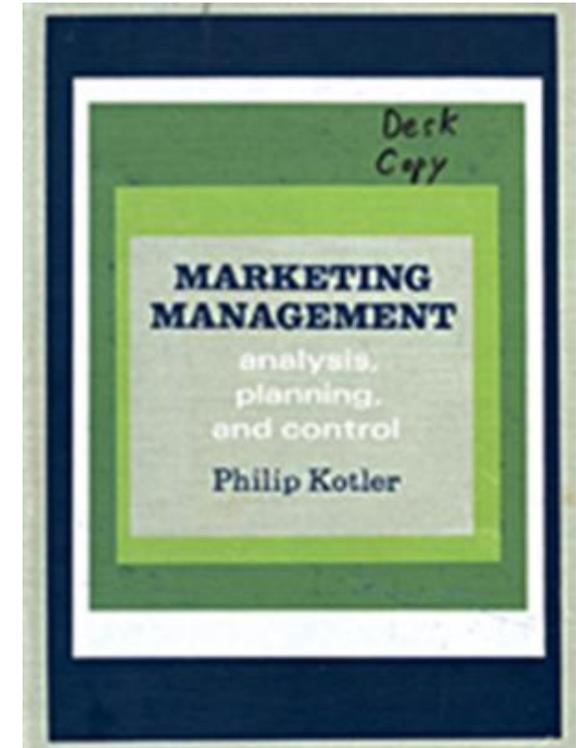
Linea spazio-temporale del marketing

Era dell'empirismo:

- dall'antichità alla seconda Rivoluzione industriale, verso la fine del XIX secolo (Mercantilismo e Rivoluzione industriale: XVII – XVIII sec.)

Era della disciplina:

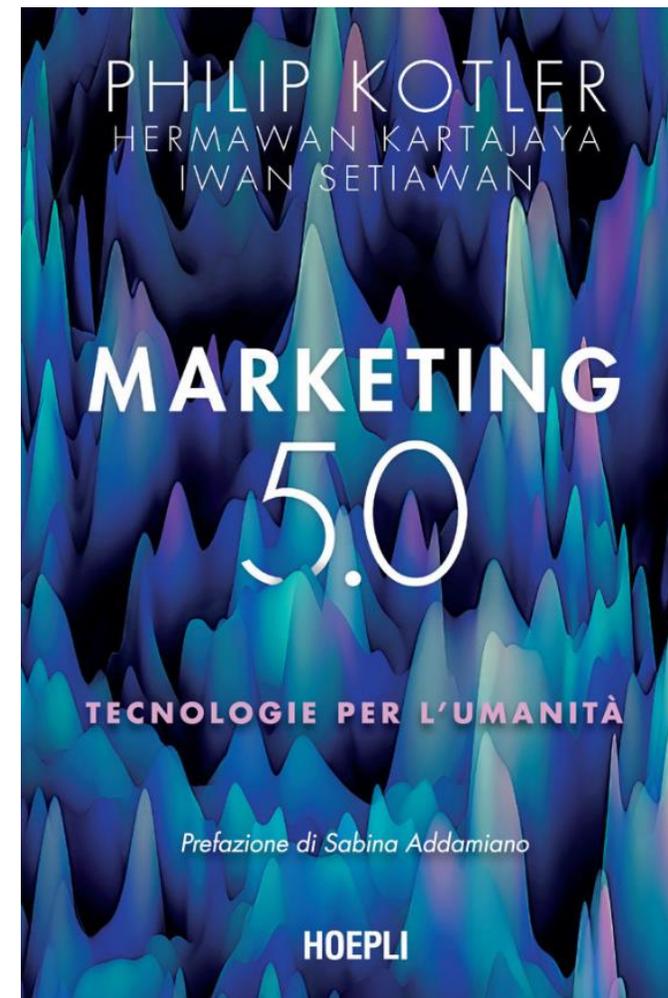
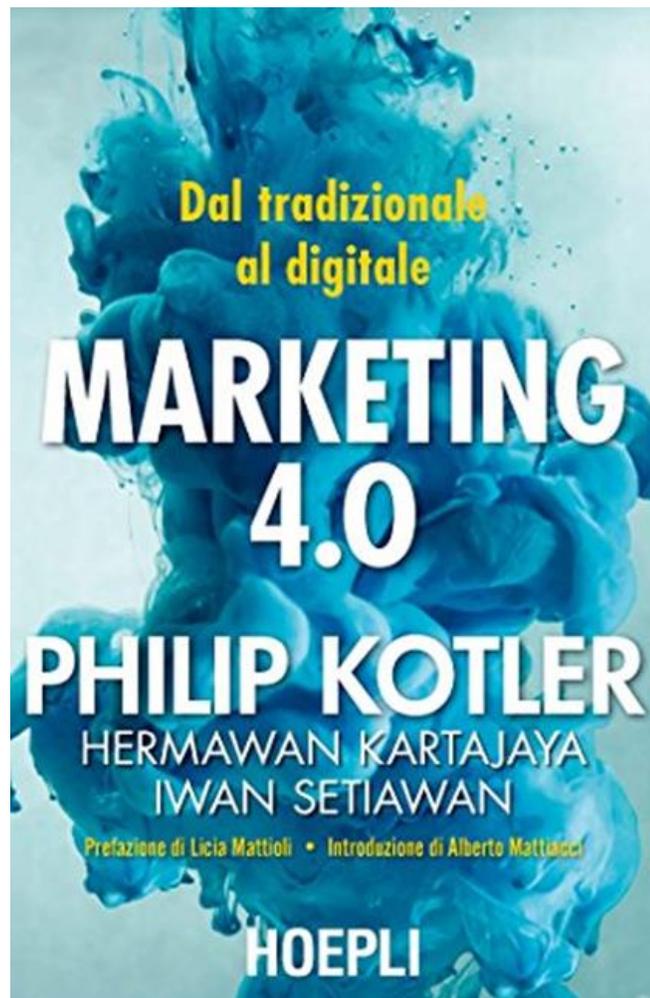
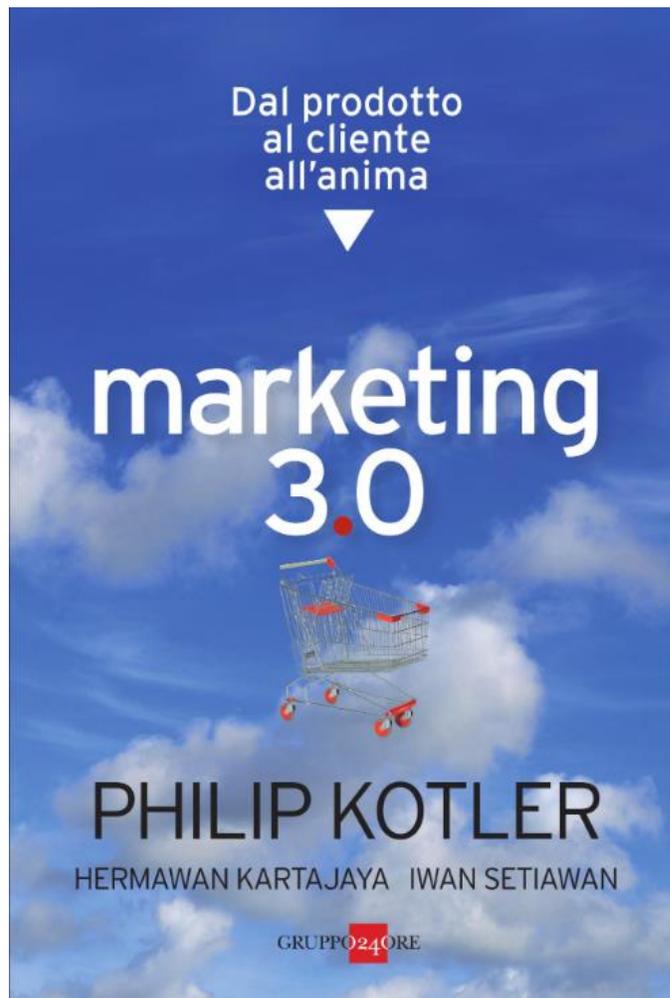
- dal XX secolo (il «secolo breve») verso i nuovi spazi economici del XXI secolo
 - *Nascita del management (XX secolo)*
 - *Incontro con la psicanalisi (1930 circa)*
 - *Interpretazione e assemblaggio di Philip Kotler (1967, Marketing Management, I edizione)*
 - *Rivoluzione digitale (1985, Web 1.0 - 4.0 ...)*





“In the coming decade, marketing will be re-engineered from A to Z. Marketers will need to rethink fundamentally the processes by which they identify, communicate and deliver customer value.”

Philip Kotler, 1999
Kotler on Marketing



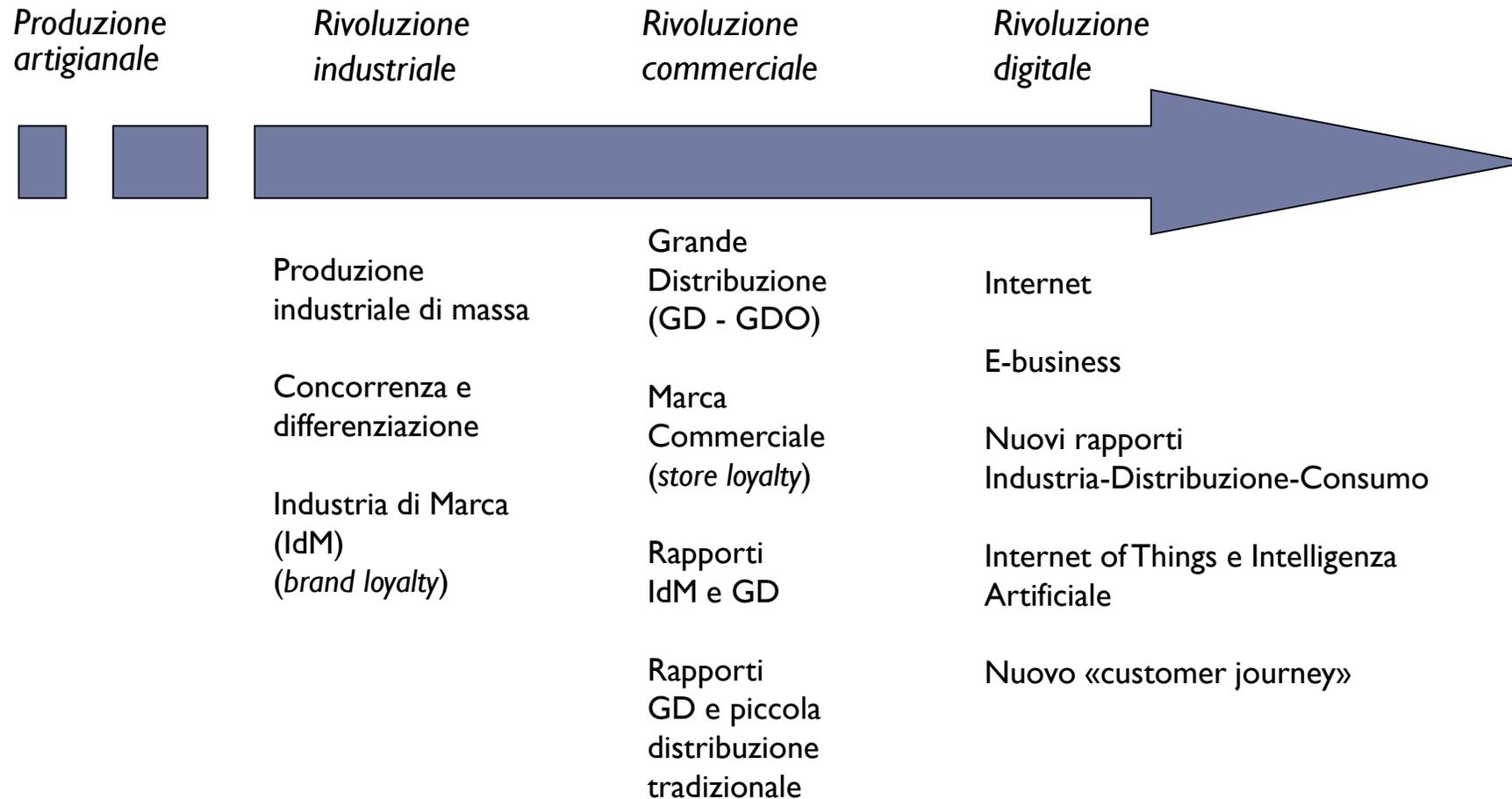
Con "Marketing 5.0", Philip Kotler chiude la trilogia dedicata al marketing del nuovo millennio rispondendo alla sfida più urgente che ogni marketer si trova a dover affrontare.

Come coniugare i dirompenti progressi tecnologici – in particolare AI e IoT– con i cambiamenti nel comportamento dei consumatori, le differenze tra generazioni X, Y, Z, Alpha e gli altrettanto dirompenti nuovi modelli di business, che fondono insieme realtà fisica e digitale?

La soluzione individuata si chiama “tecnologie per l'umanità” e si fa portavoce di uno sviluppo tecnologico in grado di soddisfare i bisogni materiali dei consumatori, promuovendone al tempo stesso quelli immateriali, così da indirizzare l'umanità verso obiettivi più ampi ed elevati, come la giustizia e la protezione dell'ambiente.

Tra le nuove tattiche che le tecnologie mettono a disposizione dei marketer: il data-driven marketing; il marketing predittivo; il marketing contestuale per realizzare un'esperienza personalizzata; il marketing aumentato e un nuovo marketing agile, aggiornato a un mondo sempre più phygital.

Produzione-distribuzione-consumo: le tappe evolutive





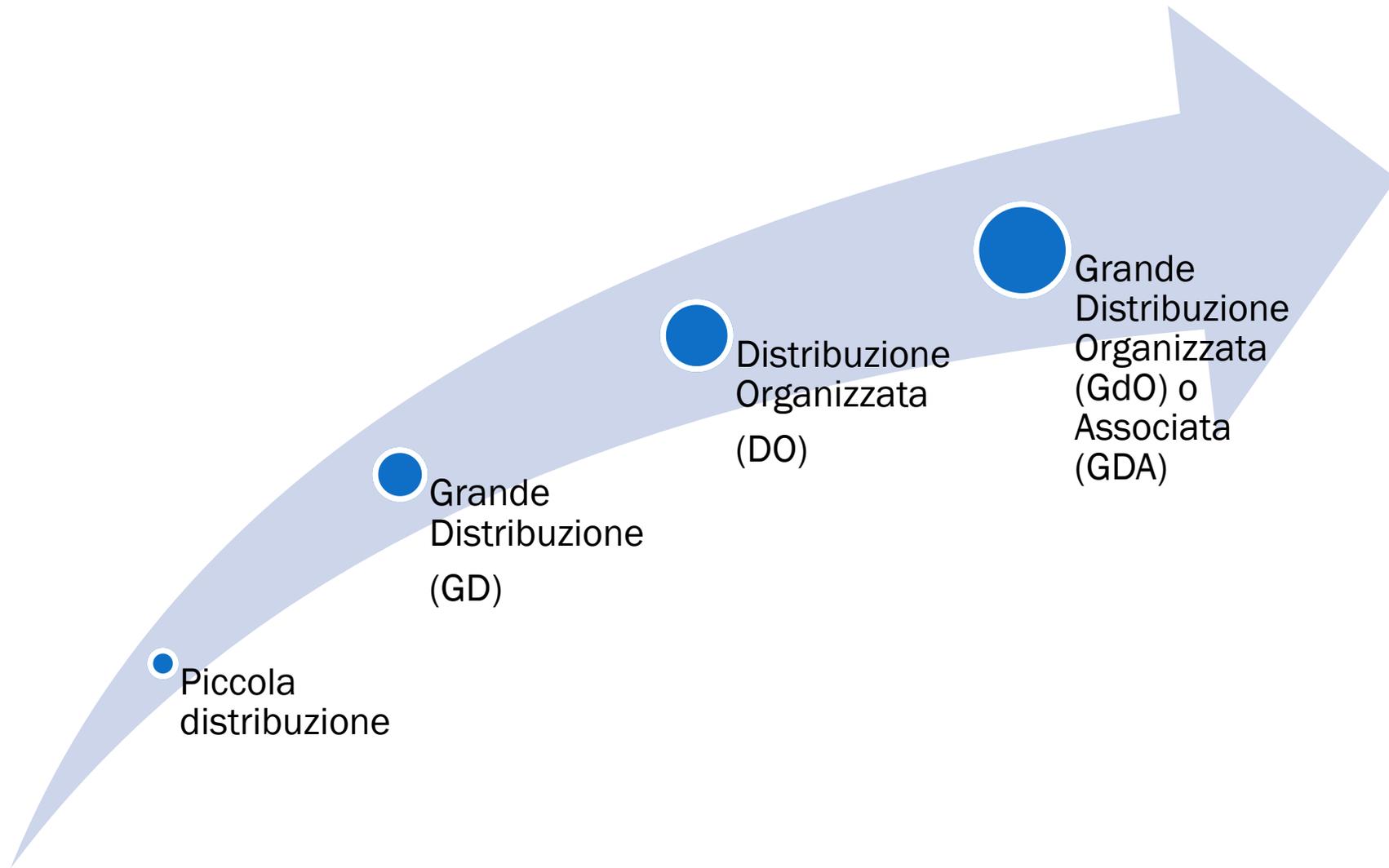
27 settembre 1908: viene costruita la prima Ford Modello T

Il **27 settembre** del **1908** viene costruita la prima **Ford Modello T**, la prima vettura prodotta in grande serie utilizzando la tecnica della **catena di montaggio**.

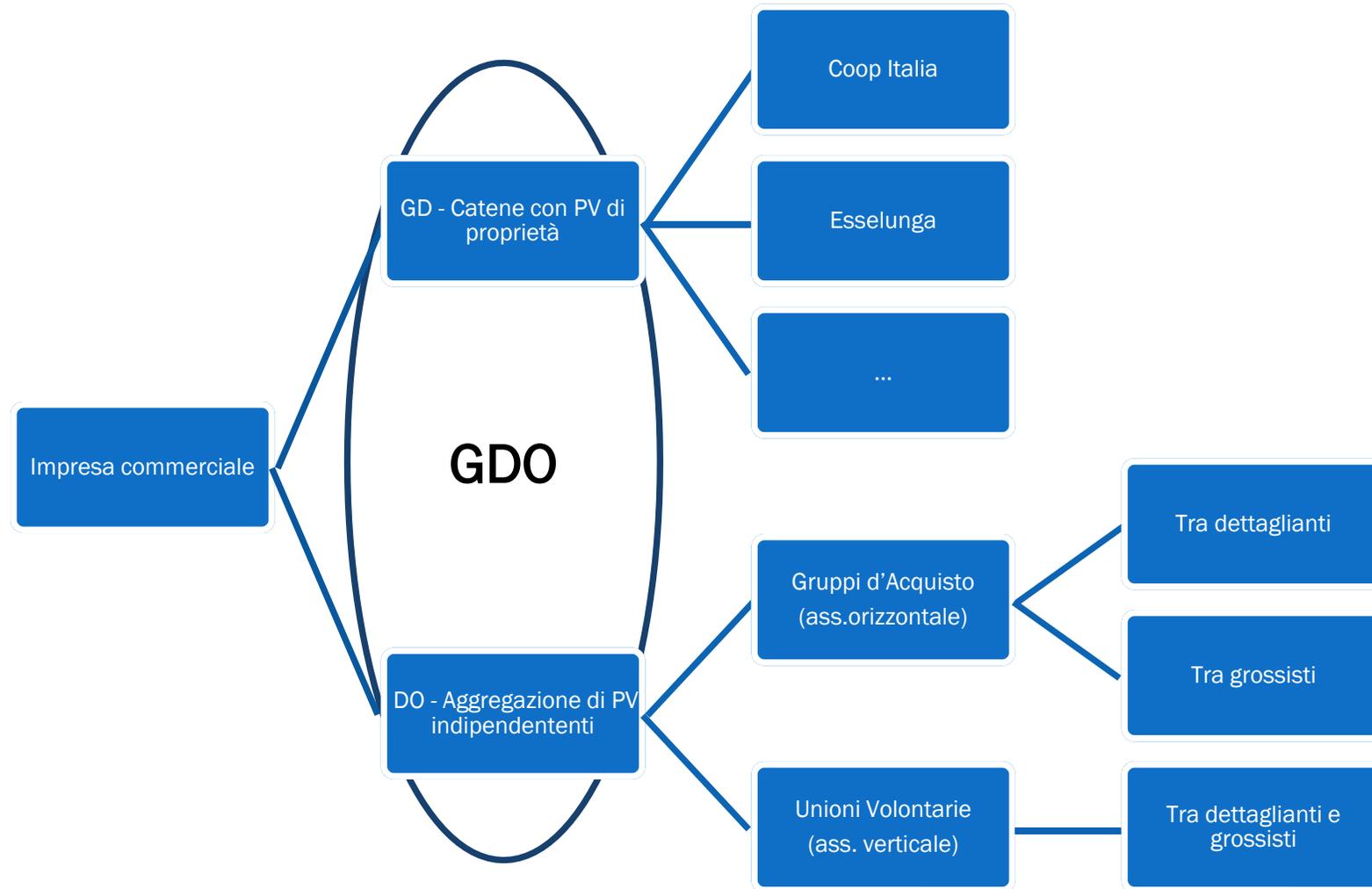
Progettata da **Henry Ford**, **Charles Harolde Wills**, **József Galamb** e **Jenő Farkas**, questa vettura venne conosciuta anche con il nome di **Tin Lizzie** (*lucertolina di latta*), **Flivver** (*macinino*) o semplicemente **Ford T**, e venne prodotta dalla **Ford Motor Company** dal 1908 al 1928.

Il 18 dicembre del 1999 questa vettura venne scelta fra una lista di 700 candidate e votata come **auto del secolo**.

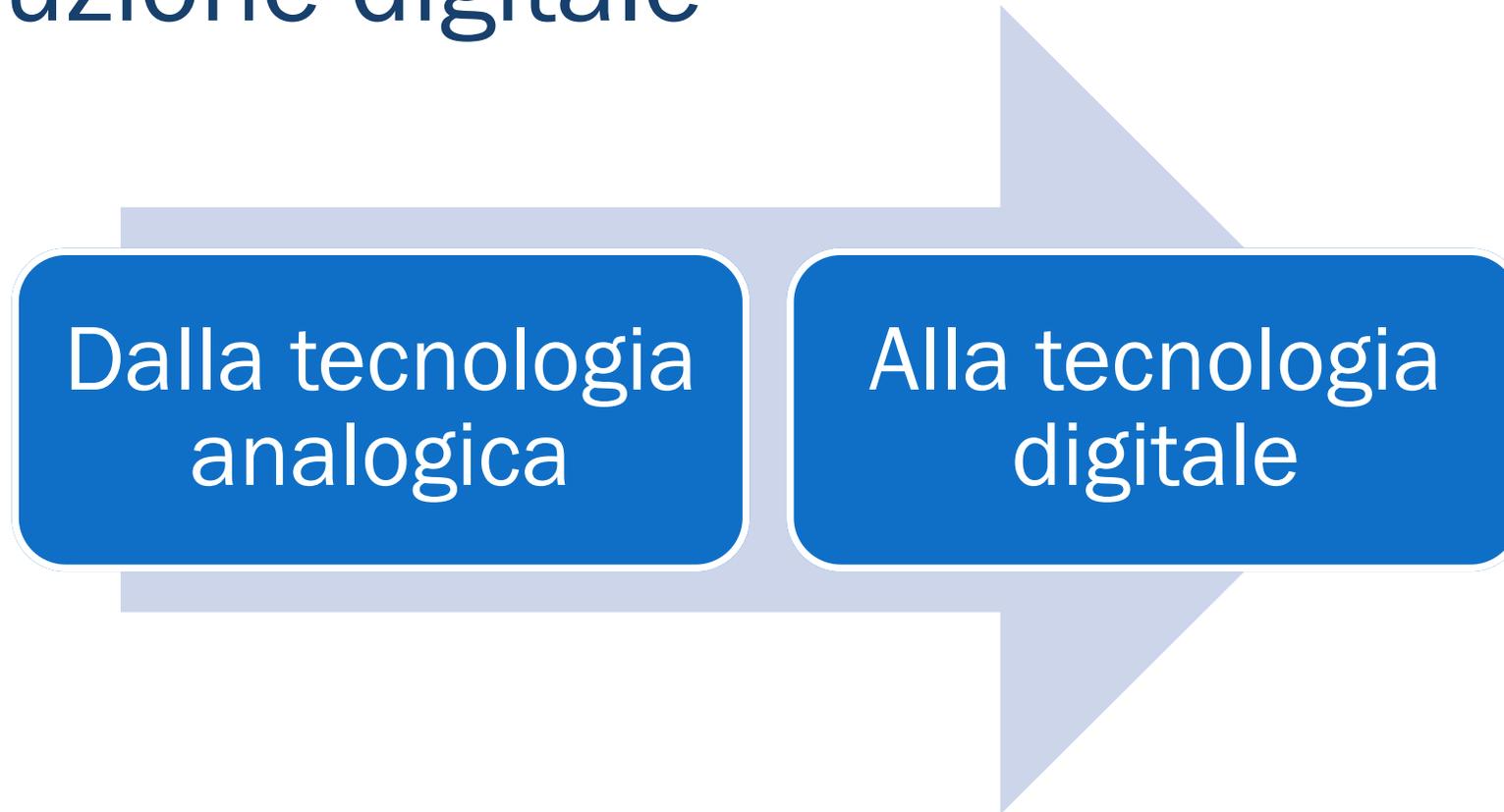
(Fonte:
http://www.occhiopavese.it/elements/62/news/142/Accadde_Oggi/2493/27_settembre_1908_viene_costruita_la_prima_Ford_Modello_T/)



Come crescono le imprese commerciali?



Rivoluzione digitale



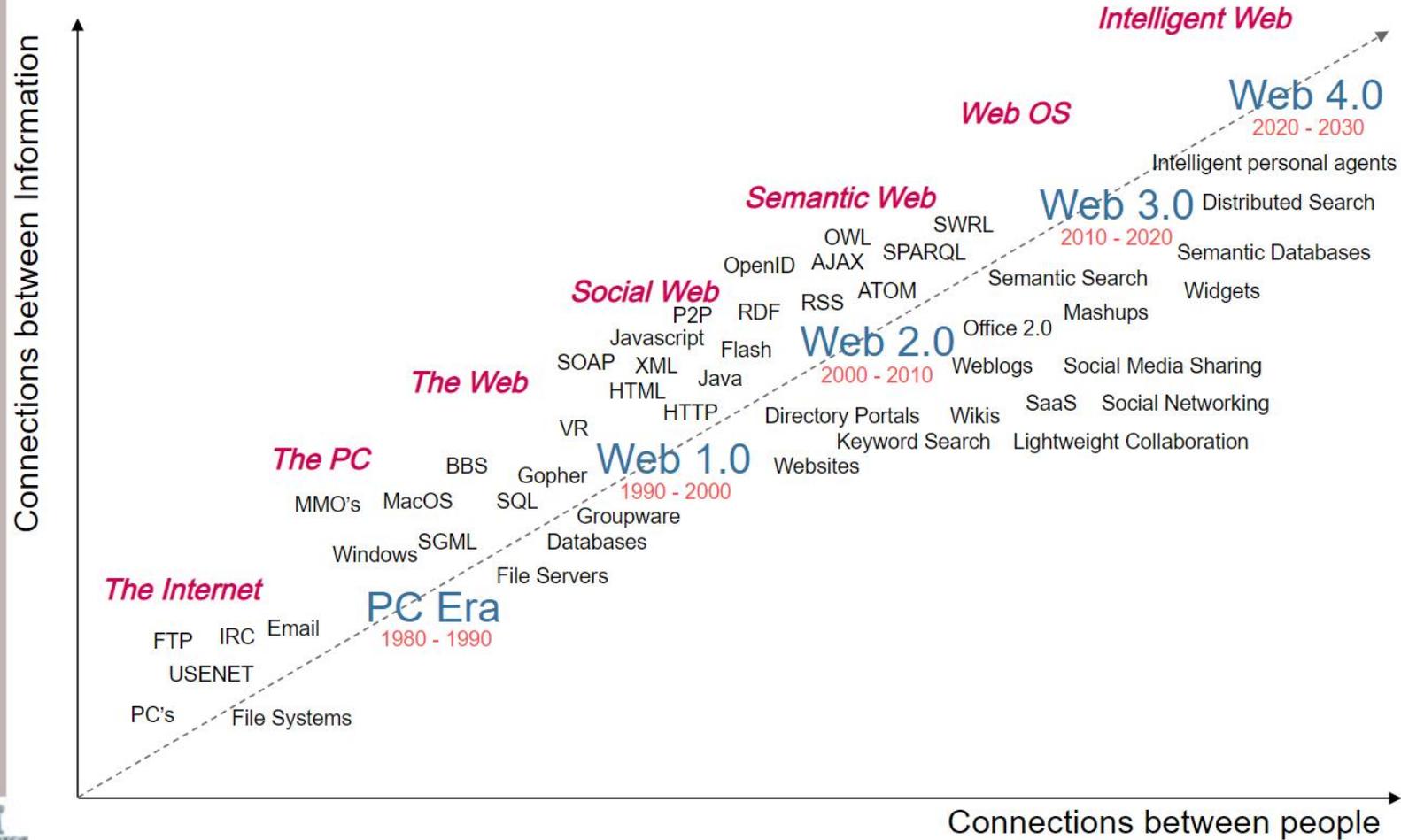
Passaggio dalla tecnologia meccanica ed elettronica analogica alla tecnologia elettronica digitale. Iniziata nei paesi industrializzati verso la metà degli anni Cinquanta del XX secolo, con adozione di computer e memorie digitali, sta ancora proseguendo, in successive fasi storiche.

Rivoluzioni industriali



<https://www.team40.it/industry-4-0/> (accesso in data 15 ottobre 2021)

The evolution of the Web





Lavoro in piccoli gruppi

Comprendere l'evoluzione del web: dal web1.0 al web 5.0

E il Metaverso?

Web 5.0

«Web Simbiotico»: il web come se fosse un assistente personale (web "Simbiotico"). Comunicazioni web così come si interagisce nel mondo reale. Un web potente e funzionale che cercherà di includere la componente emozionale nell'interazione tra persone e computer.