

IL MARKETING

Il termine Marketing, di chiara origine anglosassone, non risulta precisamente traducibile nella lingua italiana. Nell'accezione che più comunemente si è venuta delineando, comunque, esso sta ad indicare l'insieme delle attività messe in pratica per definire la propria immagine

Sul mercato attraverso la pianificazione di un offerta di prodotti e/o servizi che siano in grado di soddisfare al meglio le esigenze ed i bisogni dei consumatori.

Il marketing è dunque un processo articolato che, sulla base dei bisogni "espressi" del consumatore, provvede alla progettazione di un prodotto, ne verifica l'idoneità a soddisfare il bisogno per il quale è stato realizzato e si preoccupa di individuarne la corrette modalità distributive e "comunicative". Si comprende facilmente, quindi, come alle strategie di marketing spetti un ruolo assolutamente preminente all'ambito dell'impresa: attraverso di esse, infatti, si interpretano le esigenze espresse dal mercato e si attivano procedure fatte alla loro soddisfazione.

Volendo quindi schematizzare:



Marketing Mix

Con l'espressione Marketing Mix si intende l'insieme delle scelte relative ad almeno quattro diverse situazioni problematiche dell'impresa si trova ad affrontare: le decisioni riguardanti l'assortimento dei prodotti, le politiche di prezzo, le strategie distributive, le formule comunicative e promozionali. Le soluzioni adottate in relazione a queste problematiche costituiscono infatti la combinazione strategica che viene ritenuta più idonea al perseguimento degli obiettivi.

Assortimento prodotti	Politiche di prezzo	Strategie distributive	Formule comunicative
COSA PRODURRE	A CHI VENDERE	COME DISTRIBUIRLO	COME STIMOLARE GLI ACQUISTI