



PAS – Articolazione della lezione

- 1. Concetti essenziali
- 2. Applicazione la valorizzazione dei prodotti tipici



Domande

- Cos'è il marketing?
- Cos'è una strategia di marketing?
- Cos'è la strategia della differenziazione?
- Cos'è la segmentazione?
- Cos'è un target?
- Cos'è il posizionamento ?
- Cos'è il marketing mix?
- Cos'è il ciclo di vita del prodotto?



La catena del valore

Gestione delle risorse umane
Gestione dei beni strumentali
Marketing
Amministrazione
Ricerca e sviluppo

Approvvigionamento

Logistica in entrata

Produzione

Vendita

Logistica in uscita



Cos'è il marketing

Una funzione aziendale il cui scopo è contribuire ai risultati aziendali curando la soddisfazione del cliente



La pianificazione di marketing

- Chi siamo (e cosa vogliamo)?
- Come stiamo?
- Dove vogliamo andare?
- Come vogliamo andarci?



Chi siamo

<http://www.youtube.com/watch?v=f4s5dYdFM18>



BADIA di MORRONA

[Home](#)
[Azienda](#)
[Storia](#)
[Vini](#)
[Agriturismo](#)
[U.S. Online Shop](#)
[Contatti](#)

La Badia di Morrona si trova nei pressi di Morrona, comune di Terracina in provincia di Latina ed è ubicata nell'Alta Valdera a metà tra Pisa e Volterra, alle spalle della Costa degli Etruschi, in una terra antichissima.

Il paesaggio che circonda l'antico Monastero è costituito da ampie vallate, da dolci colline costellate dai vigneti e dagli oliveti azeldali e da boschi rigogliosi che creano una cornice naturale al comprensorio.

La Tenuta copre oggi una superficie complessiva di cinquecento ettari circa, dei quali oltre 90 sono destinati a vigneto, 30 ad oliveto e la restante parte a seminativo.

All'interno della Tenuta viene anche svolta attività agritouristica, utilizzando le proprietà poderali appartenenti alla Badia, opportunamente ristrutturate.



NEWS

[Badia su Winespectator](#)

[Our video](#)

[Il nostro video](#)

[Parlano di noi](#)

[N'Antia 2008 Madaglia d'argento al concorso mondiale di Bruxelles](#)

BADIA di MORRONA
Casali Alberti

Agriturismo
visita il sito



[Posta in arrivo \(12\) - gbrtl](#) | [Free resources for a better](#) | [Tenuta di Ghizzano di Pier](#) | [TREVIGNANO VINO - TREV](#)

[www.trevignanovino.com/chi-siamo](#)

Applicazioni [a](#) [am](#) [pp](#) [pp](#) [fb](#) [cd](#) [fs](#) [cibo](#) [nuovo](#) [K](#) [cop](#) [scholar](#) [Maps](#) [docs](#) [gmail](#)

[Altri Prefer](#)



[Home](#)

Chi siamo

[Fotogallery](#)

[I nostri vini](#)

[Dove siamo](#)

Chi siamo

Trevignano Vino è un'azienda giovane costituita nel 1998 in seguito all'**esperienza di oltre quarant'anni** e alla gestione delle **Cantine del Savio dal 1974**.

Mantenendo lo stesso logo, oggi, con **nuova sede e nuove attrezzature**, l'azienda porta avanti la **produzione e vendita di 4 vini da tavola, 3 vini I.G.T. Lazio** ed il conosciuto **Novello del Lago**.

Con i vigneti nelle **campagne di Trevignano Romano** sottostanti il monte Rocca Romana, considerata ottima zona per **eccellenti qualità di prodotti agricoli**, l'azienda tende alla produzione di un **vino per tutte le occasioni e tutti i gusti**, puntando ad un alto indice di **piacevolezza, qualità e prezzo** e ad un **buon servizio** per i propri clienti, consegnando i propri prodotti a più punti vendita e di ristoro, consegna a domicilio e confezioni regalo.

Scoprite subito [i nostri vini](#).

Salva su outlook

Segnala ad un amico





HOME

CHI SIAMO

I NOSTRI SERVIZI

DOVE SIAMO

FOTOGALLERY

CHI SIAMO

Visita anche www.vivaitoffoli.net

La tradizione e la storia della nostra azienda nascono nel 1930.

La conoscenza e la passione per l'universo verde, per la natura, per il paesaggio ci hanno dato una sorta di patrimonio genetico su cui contare, pienamente espresso dal dinamismo imprenditoriale che ha portato l'azienda, negli ultimi anni, a diventare tra i leader del settore per ruolo, dimensione ed organizzazione.

La tradizione e la tecnologia, un binomio forte di una struttura tecnica all'avanguardia ed in continua evoluzione, che ci consentono di operare a qualsiasi livello ed in qualsiasi dimensione e tipologia di settore, pubblico e privato.

Cosa fa la differenza tra un giardino qualsiasi ed un giardino firmato **LIVIO TOFFOLI**?

Gli argomenti in gioco sono diversi: **progettazione creativa a seconda delle specifiche esigenze, varietà e selezione delle piante, assistenza continuativa nel tempo, manutenzione razionale e minima, professionalità assoluta, attrezzature evolute.**

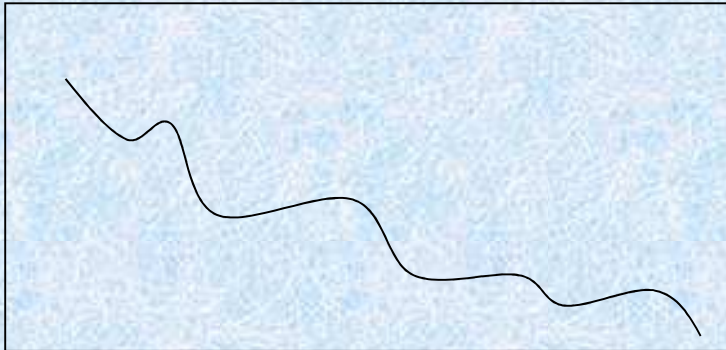




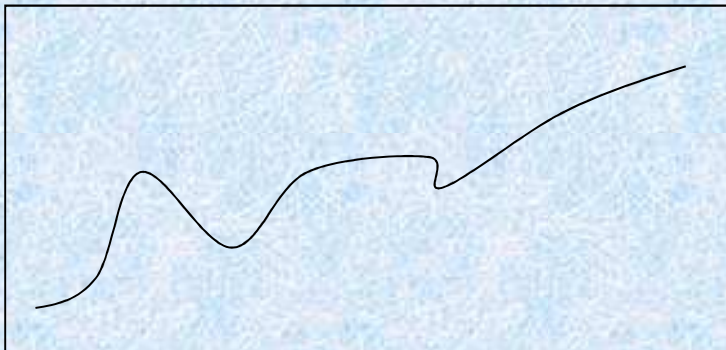
Come stiamo?



Come stiamo?



Così?



..o così?



Perché sapere ‘come stiamo’ è così importante?

Sun Tzu:

Se conosci te stesso e conosci il tuo nemico
vincerai mille battaglie



Perchè sapere come stiamo è importante?

- Consolidamento
- Crescita
- Rilancio
- Nuovi mercati
- Nuovi prodotti



La strategia



La strategia: definizione

“Schema concettuale che coordina gli obiettivi, le politiche e le linee di condotta principali di un’organizzazione in una sintesi unitaria e coerente”



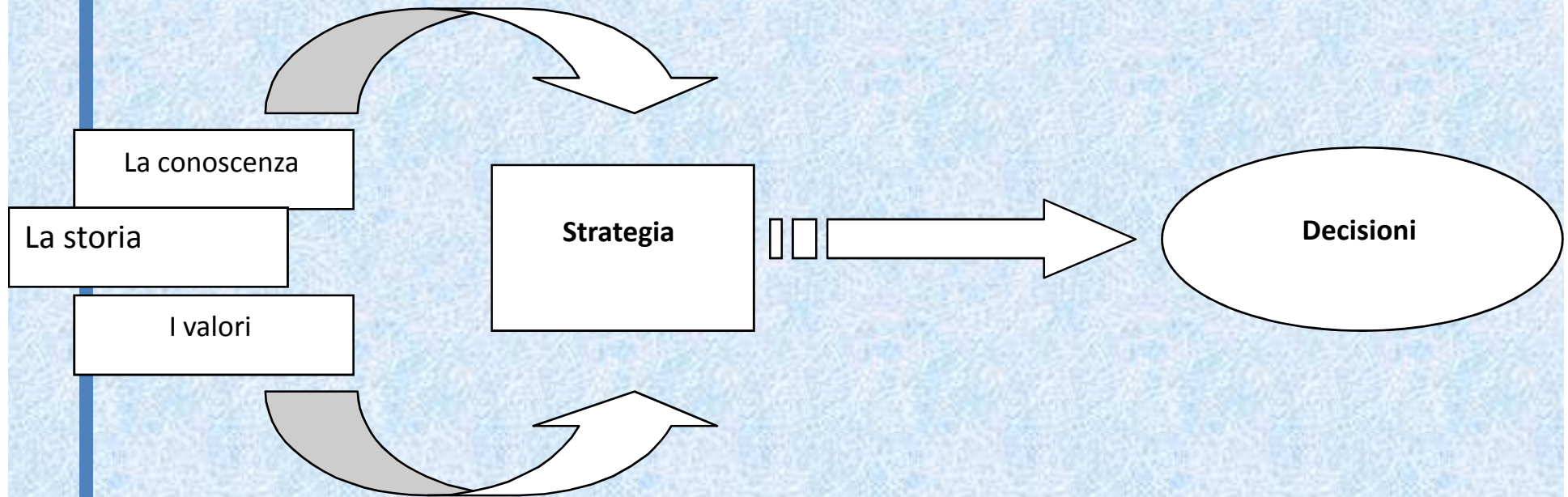
La strategia risponde sinteticamente
alle domande:

- Dove vogliamo andare?
- Come vogliamo andarci?



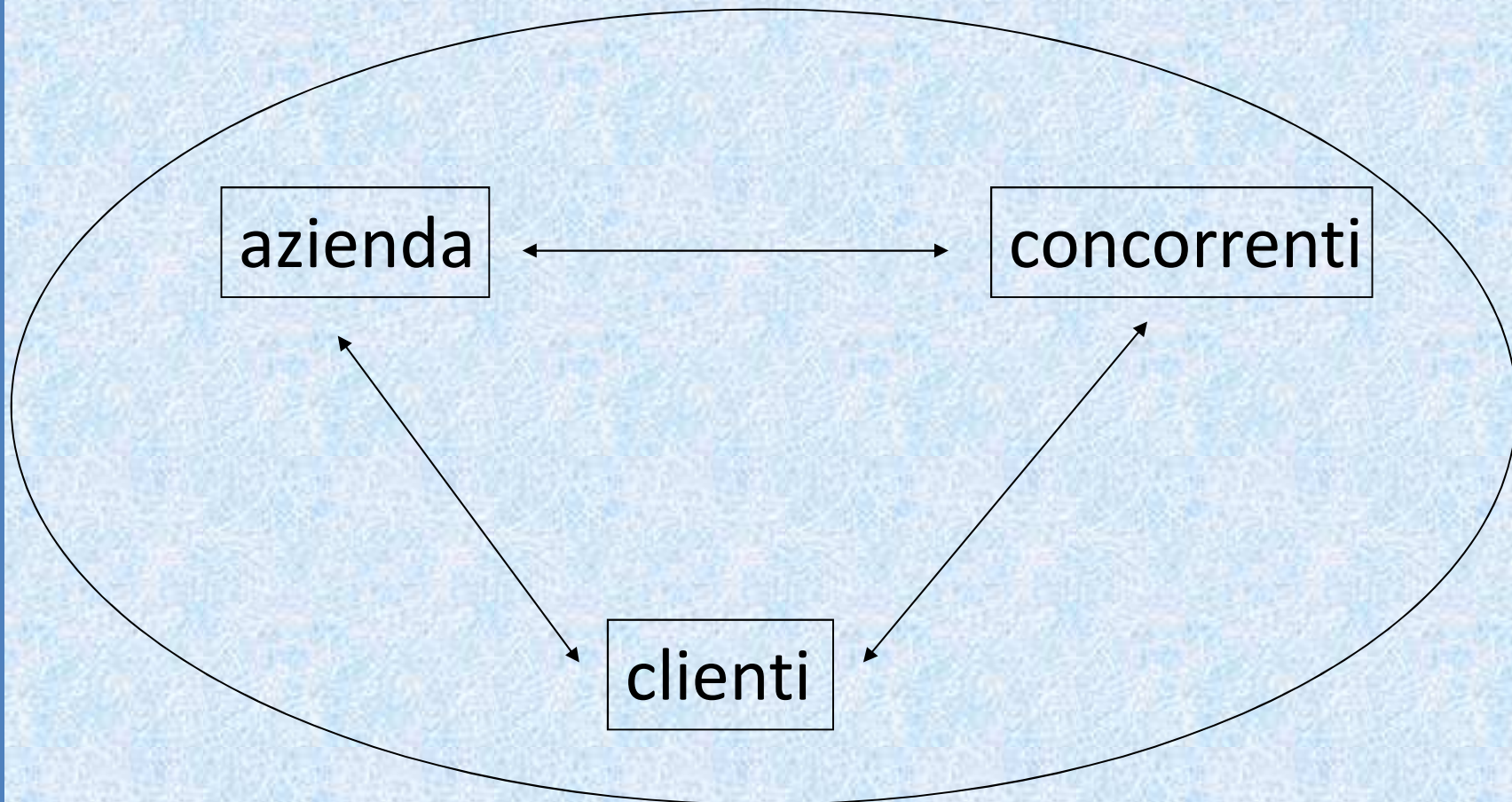
Dove vogliamo andare?

- Mantenere la posizione di impresa leader in Italia
- Diventare l'impresa leader in Europa
- Conquistare l'eccellenza nella produzione di vini bianchi





Il triangolo della strategia di marketing





I modelli strategici

- Leadership di costo
- Marketing indifferenziato
- Differenziazione



Ford e GM



Due filosofie a confronto

- **Ford**: il mio modello T potrà essere di qualsiasi colore, purchè sia nero



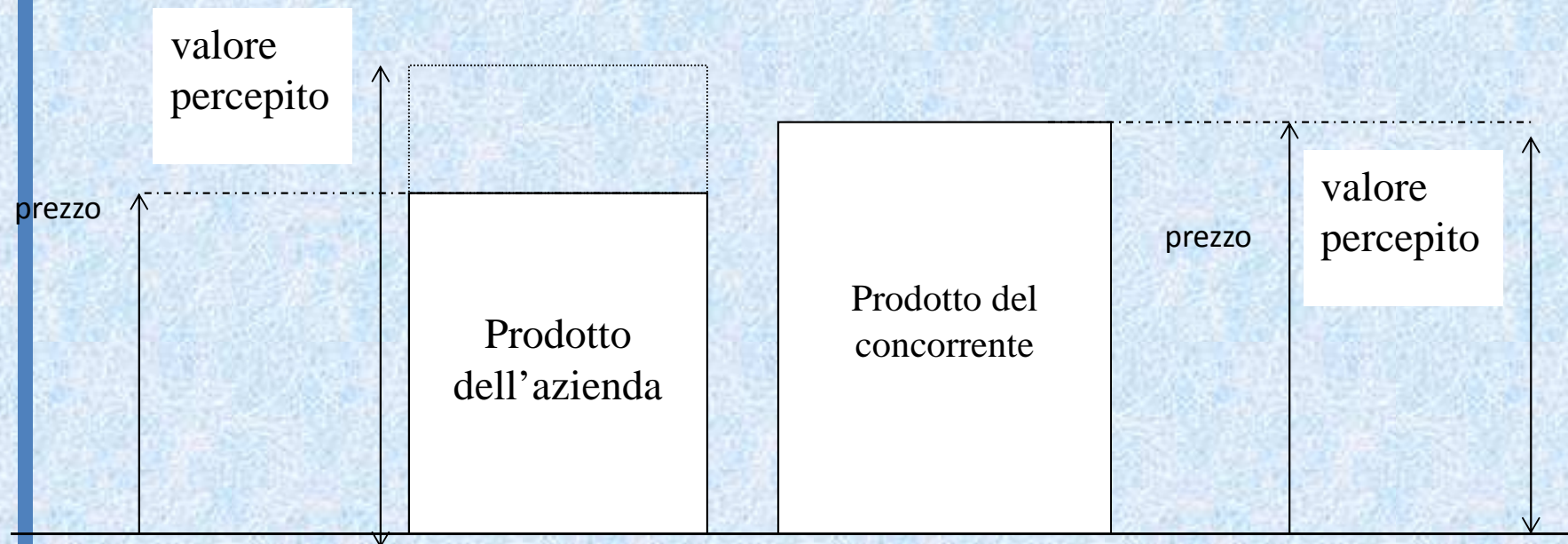


Sloan: un'automobile per ogni scopo e per ogni tasca





Creazione di valore nella leadership di costo





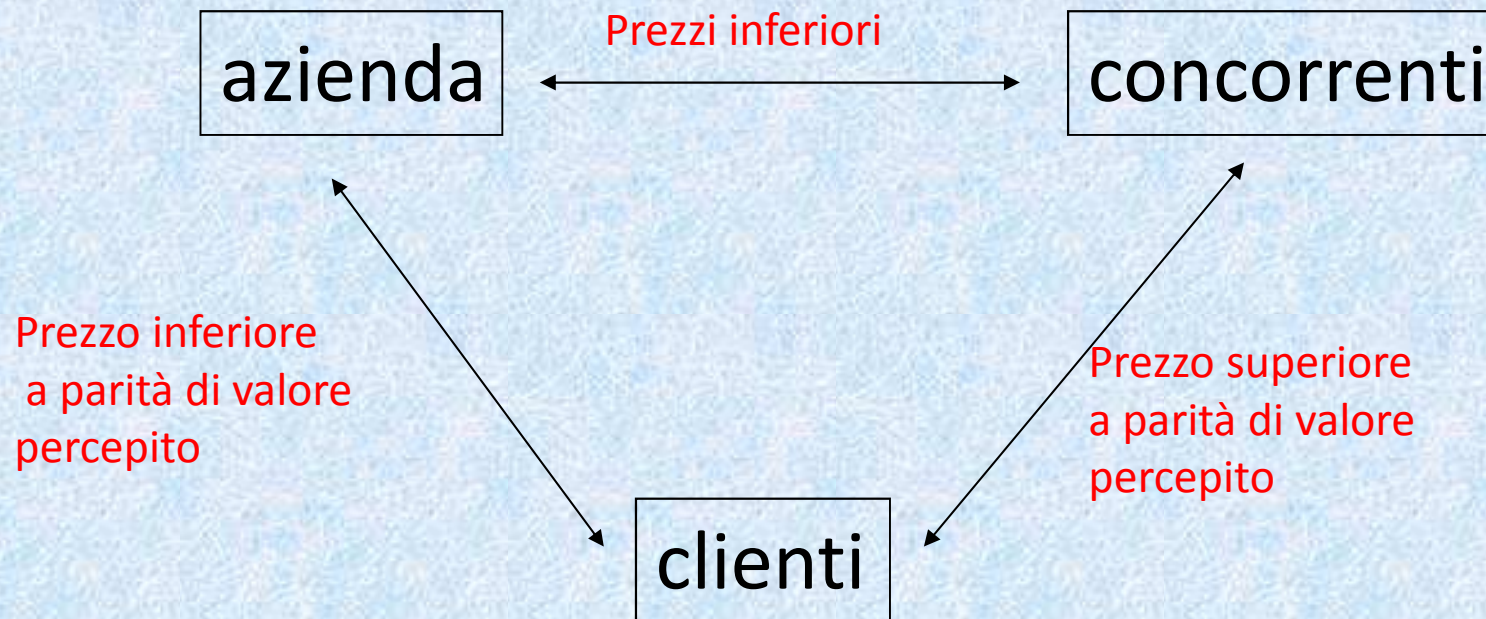
Valore percepito

Il grado di soddisfazione di un bisogno che il prodotto genera e che il consumatore sarebbe disposto a pagare



Il triangolo nella leadership di costo

costi
inferiori



Modifica/verifica prenotazione

autonoleggio economico alberghi economici carta di credito

SALDI DI SETTEMBRE € 0.99 A PARTIRE DA

Hertz Noleggi d'estate da soli 21€ al giorno. clicca qui [Milano(Orio al Serio) - Bratislava (Vienna) NEW]

Cancelazione voli a causa chiusura Aeroporto di Bergamo dal 6 al 9 ottobre 2005

Hertz autonoleggio low cost

HOTELS Alberghi Scontati

Carta di Credito Assicurazione Ostelli e B&B Offerte speciali Activity Breaks Turismo Irlandese

L'HOTEL prezzi ancora piu' convenienti

CLICCA QUI >>

PRENOTA L'HOTEL London da €30 Dublin da €36 Paris da €33 Rome da €25 Venice da €23 Milan da

Table with flight routes and prices: Bratislava (Vienna) 0.99, Amburgo (Lubecca) 3.99, Valencia da 7.99, Stoccolma (Skavsta) 4.99, Oslo (Torp) da 7.99, Liverpool 4.99, Newcastle da 7.99, Francoforte (Hahn) 4.99, Siviglia da 7.99, Parigi (Beauvais) 4.99, Eindhoven da 7.99, Saragozza (Pirenei) 5.99, Shannon da 19.99

Form fields for flight search: Ritorno, Soli andata, Destinazione, Data di partenza (set 2005), Data di ritorno (set 2005), Numero di passeggeri (0 Bambin), Valuto (1 - 23 Mese)

Cerca voli Modifica/verifica prenotazione

Termini e condizioni

Informazioni di volo

LIDL
www.lidl.it

Fresco di qualità!

Tutto a
Solo da noi tanti prodotti a solo 1€!

Lunedì 6 a Mercoledì 8 Giugno

Valeriana
• 125 g
• € 0,69

Pomodoro ciliegino
• 500 g
• € 1,49

FRUTTA e VERDURA

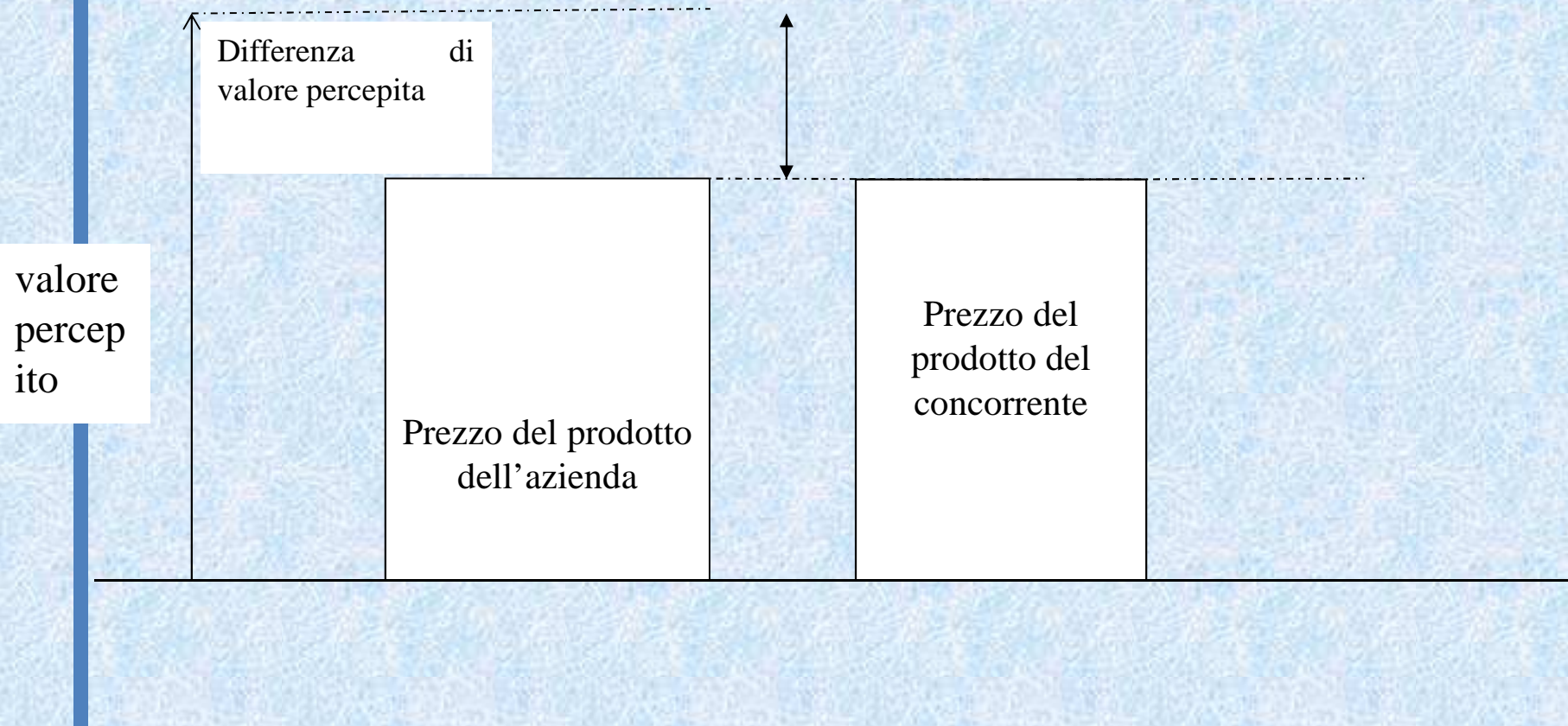
- 30%!
0,69

- 0.50€!
1,49 - 99

FRESCO



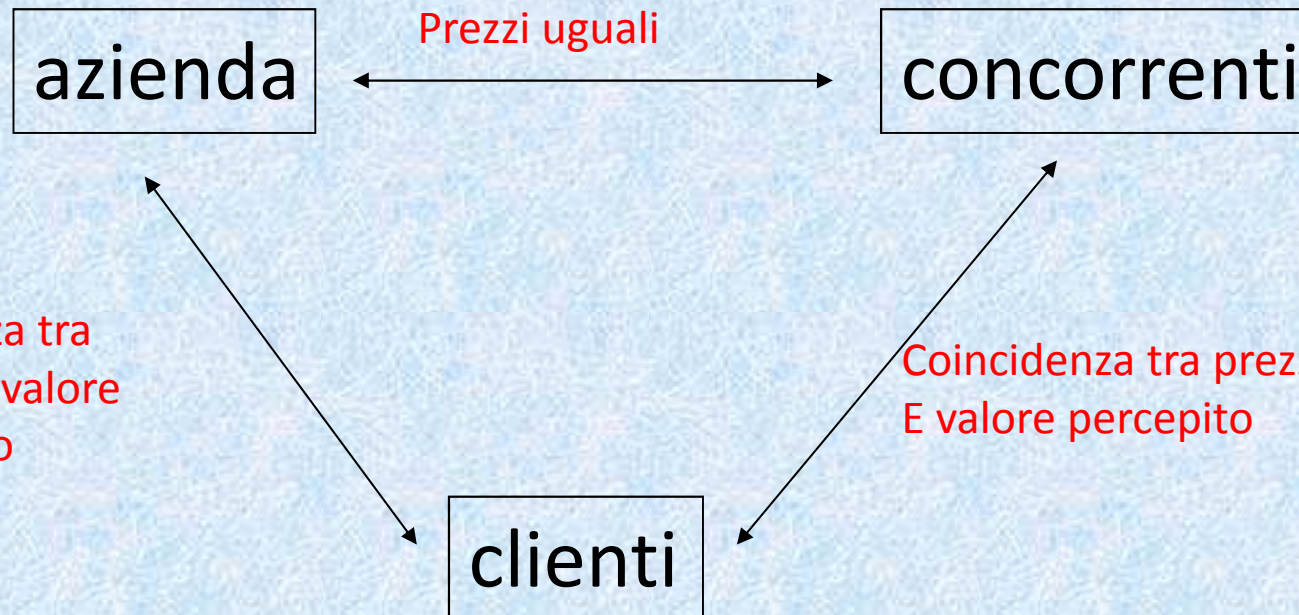
La creazione di valore basata sul marketing indifferenziato





Il triangolo nel marketing indifferenziato

costi
uguali



Differenza tra
prezzo e valore
percepito

Coincidenza tra prezzo
E valore percepito



DA OGGI
NUTELLA® SI
CHIAMA COME TEI!
Scopri il sito
NUTELLA SEI TU

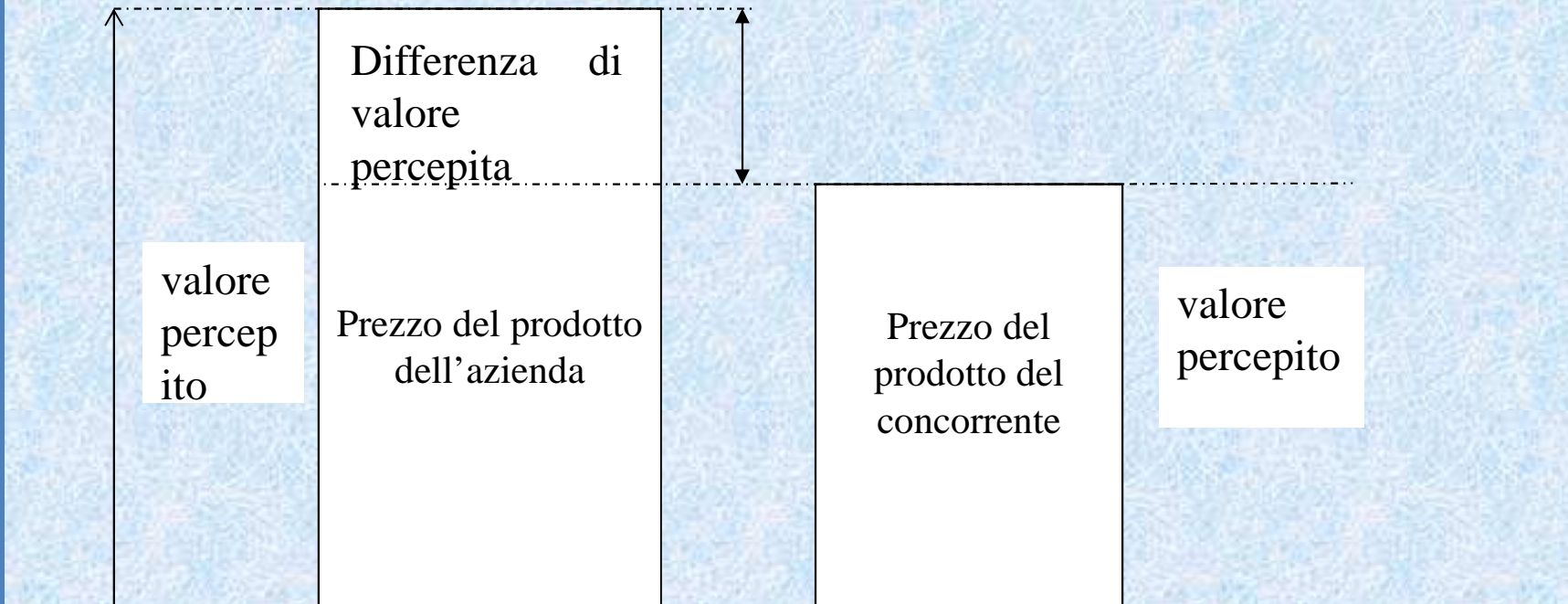


nutella
sei tu





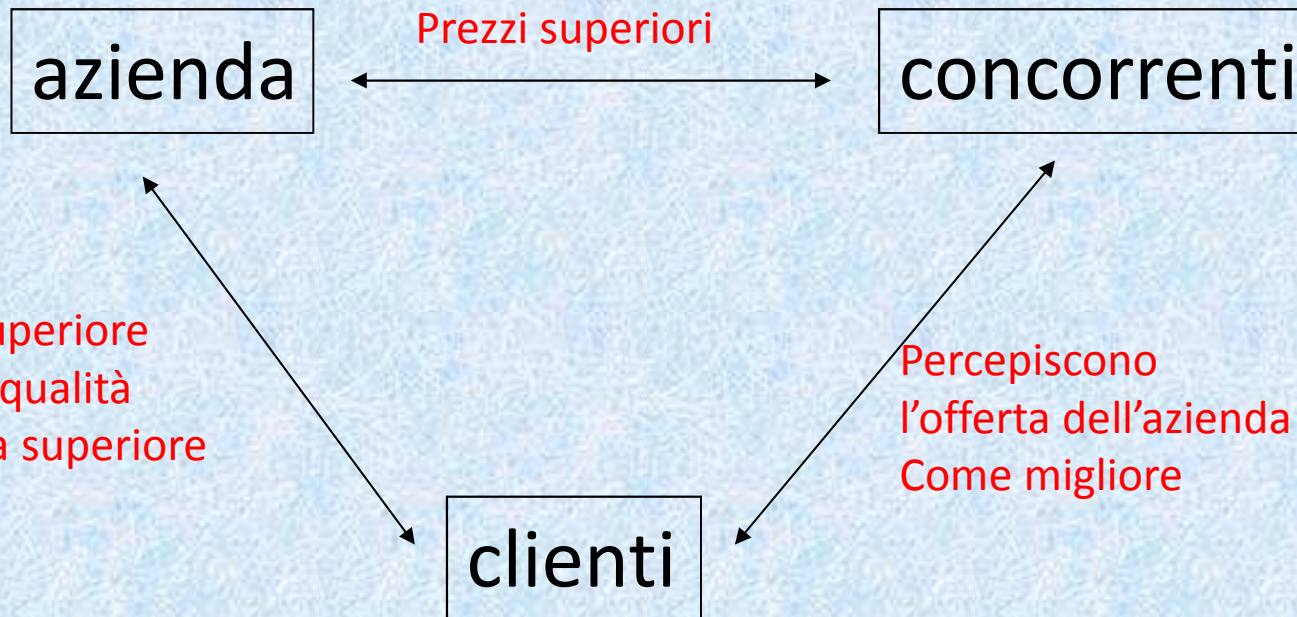
La creazione di valore basata sulla differenziazione





Il triangolo della strategia di marketing

costi
uguali o superiori





10

Selenella

*più la patata è buona,
più si diventa intelligenti.*

La patata con selenio.

Anche un'umida patata può essere una preziosa fonte di selenio e iodio. Selenella nasce solo da terreni italiani che forniscono tutti i nutrienti per la patata: il calcio, il potassio, il magnesio C e di un'equilibrata estrazione per la salute umana, il selenio. In più è versatile, ottima in tutti le cotture e preparazioni. Una volta ricoperta, Selenella ti farà sentire ancora più intelligente per averla scelta.



Importo del prodotto con imballaggio standard 10 kg. Per maggiori dettagli rivolgetevi al Consorzio Agrario Insieme Indac, via S. Maria 10, 00100 Roma, Tel. 06/49811111.



100

PREZZI INDICATIVI DI ALCUNE TIPOLOGIE E MARCHE DI PATATA

	Euro al kg	100 = il più caro
Selenella (1,5kg)	1,59	100
Iodì (2,5kg)	1,50	95
Patate Tutti Gli Usi Viversano (2,5kg)	0,90	57
Patata Fresca Campana (1,5kg)	1,20	76
"Anonimo" (5kg)	0,60	38

Prezzi rilevati in Carrefour Market – maggio 2012

Grazie alla marca e agli elementi distintivi si evidenzia una scala prezzi rilevante.

Selenella costa più del doppio rispetto alla patata di primo prezzo



Come vogliamo andarci?



Caso: L.A. gear

Chi siamo, dove siamo

- Anni ' 80: azienda medio-piccola
- produzione di scarpe da ginnastica, competizione con Nike, Rebook, Fila
- Svantaggio competitivo: dimensioni ridotte rispetto a Nike e Rebook



Posizionamento

- Concentrazione sulle scarpe per bambine
 - Pietre incastonate
 - Ricami floreali
 - Lucine
 - Ciondoli rimovibili
 - Suolette ortopediche



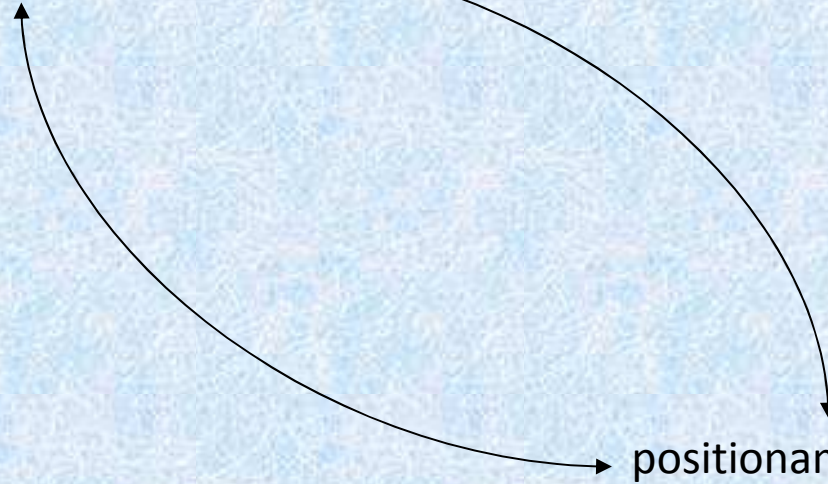


Come si costruisce una differenza

segmentazione



positionamento





La segmentazione

Classificazione dell'utenza o del mercato in tipologie relativamente omogenee sotto il profilo dei bisogni o del comportamento di utenza



Il posizionamento

Concentrare il prodotto/servizio e la relativa comunicazione su un segmento, detto **target**, esaltando gli aspetti in grado di generare la massima soddisfazione di questo gruppo



Il caso Taco Bells

- Teen agers <18 anni:
 - 60% degli utenti -->40% vendite
 - tempi di permanenza alti / livello di spesa basso
 - alto livello di fidelizzazione
- Professionals
 - 20% degli utenti -->40% vendite
 - tempi di permanenza basso / alti livelli di spesa
 - livello di fidelizzazione inferiore
- Altri
 - 20% utenti di varia natura --> 20% vendite



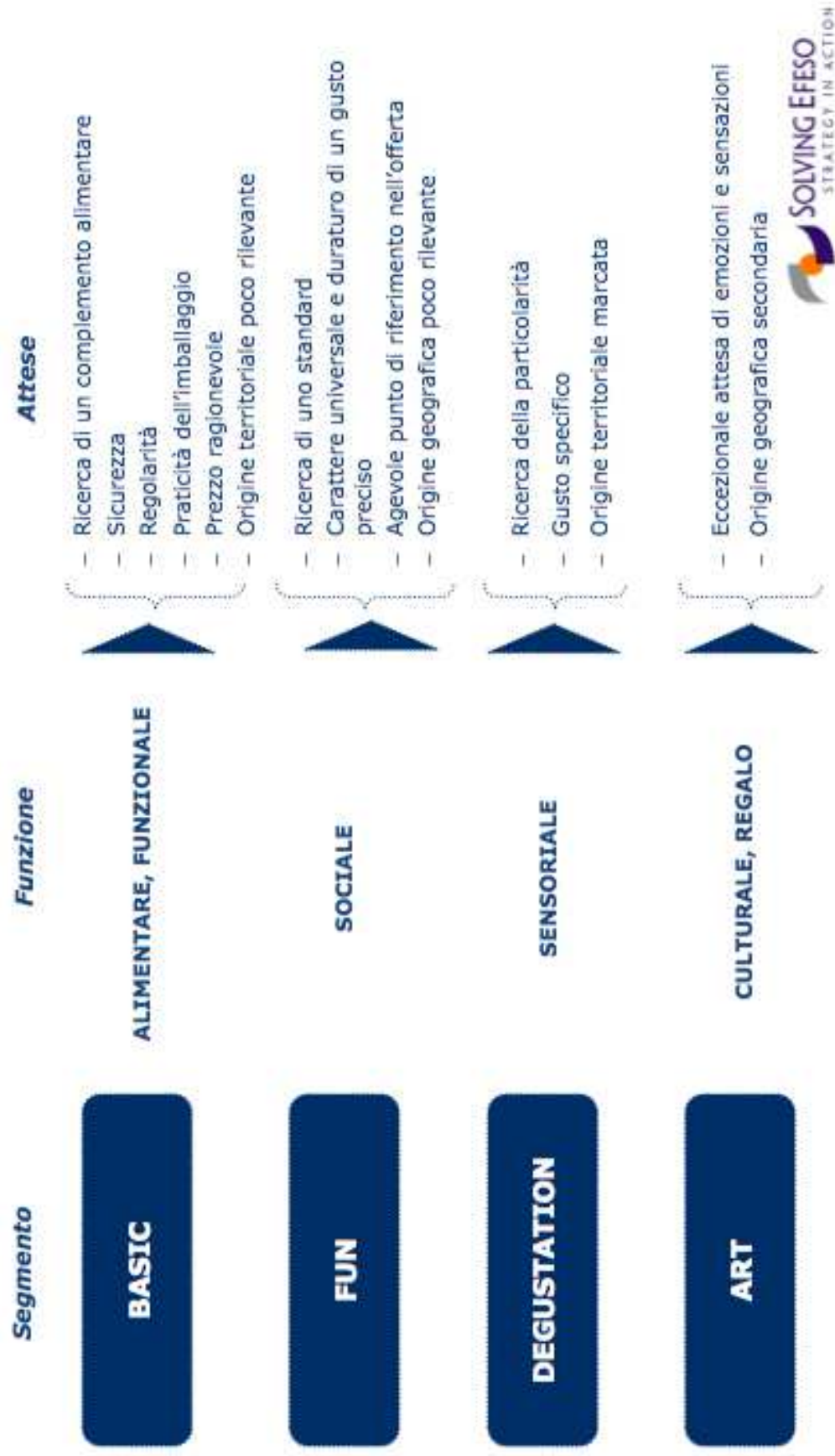
Il caso Taco Bells (segue)

- Accorciamento tempi di attesa --> uso dei prelaborati
- Riconfigurazione del menu:
 - menu a meno di 5 dollari
 - menu extra, a più di 10 dollari
- Comunicazione indirizzata ai due segmenti

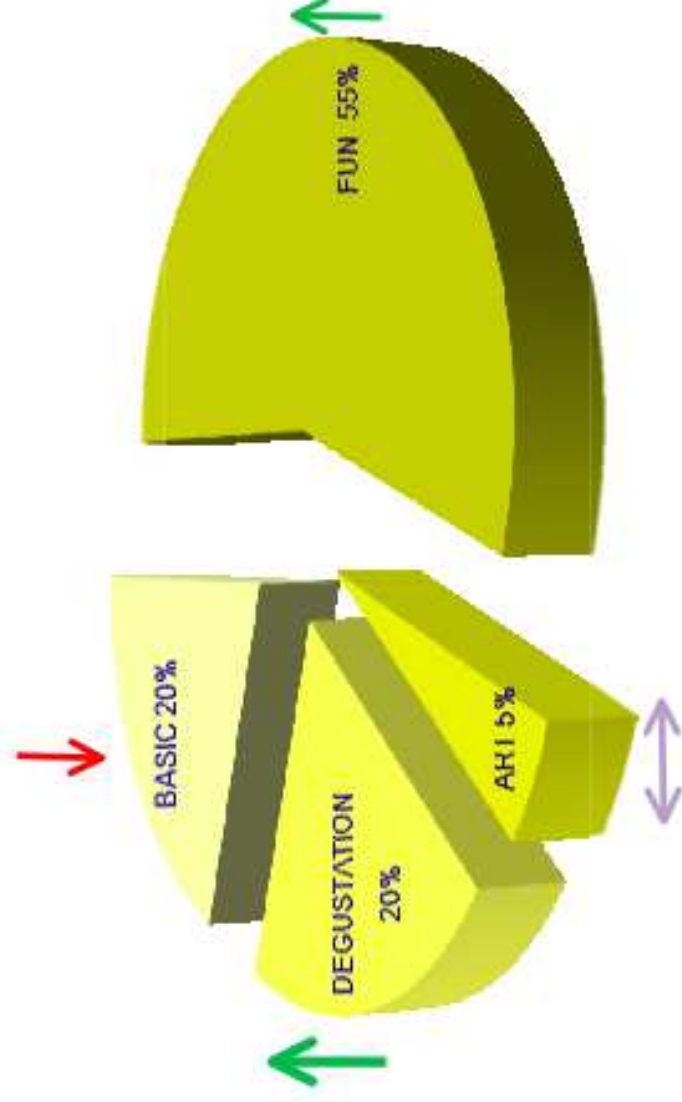


Lezioni da Taco Bells

- Segmentazione sulla base dei volumi di spesa -> registratori di cassa
- Inferenza sulle tipologie di acquirenti
- Focalizzazione dell'offerta e della comunicazione sui due segmenti



Mercato mondiale del vino: peso dei 4 e dinamiche di crescita





Segmentazione: far leva sulle differenze tra clienti

- Età
- Sesso
- Grado di istruzione
- Reddito
- Appartenenza culturale



Segmentazione: su base merceologica

- Artigianale/industriale
- Fresco/trasformato
- Monodose/formato famiglia
- Digitale / analogico
- Schermo piatto / schermo convenzionale

G R O M
 IL GELATO COME UNA VOLTA

ITALIANO | ENGLISH | FRANCAIS | JAPANESE |

[GUSTI DI OTTOBRE](#) :: [GROMCARD](#) :: [CELIACHIA](#) :: [INTOLLERANZE](#) :: [NEWS](#)



coltivazione di lamponi di Andrea Gairro, Peveragno

sorbetto al lampone



- HOME
- FILOSOFIA
- PRODOTTI
- GUSTI
- INGREDIENTI
- GELATERIE
- DICONO DI NOI
- CONTATTI



BAKERY
G R O M



ETICHETTE & PRODOTTI

Il gelato artigianale italiano è a rischio di estinzione, troppe catene, troppi semilavorati e troppa improvvisazione

Publicato da Redazione Il Fatto Alimentare il 24 luglio 2013



Nonostante la crisi economica e finanziaria degli ultimi anni, in Italia il numero di gelaterie è in crescita. Da quando ha preso piede l'idea del gelato come business, favorita dal fenomeno Grom, si è registrato un fiorire di catene in franchising, che spesso però nascondono una scarsa attenzione alla "cultura" del prodotto, oppure una "re-interpretazione" da parte dell'industria un prodotto artigianale.



Segmentazione e posizionamento

Segmentazione mercati

	Tra 20 e 40 anni / prodotto artigianale	

Segmentazione prodotti



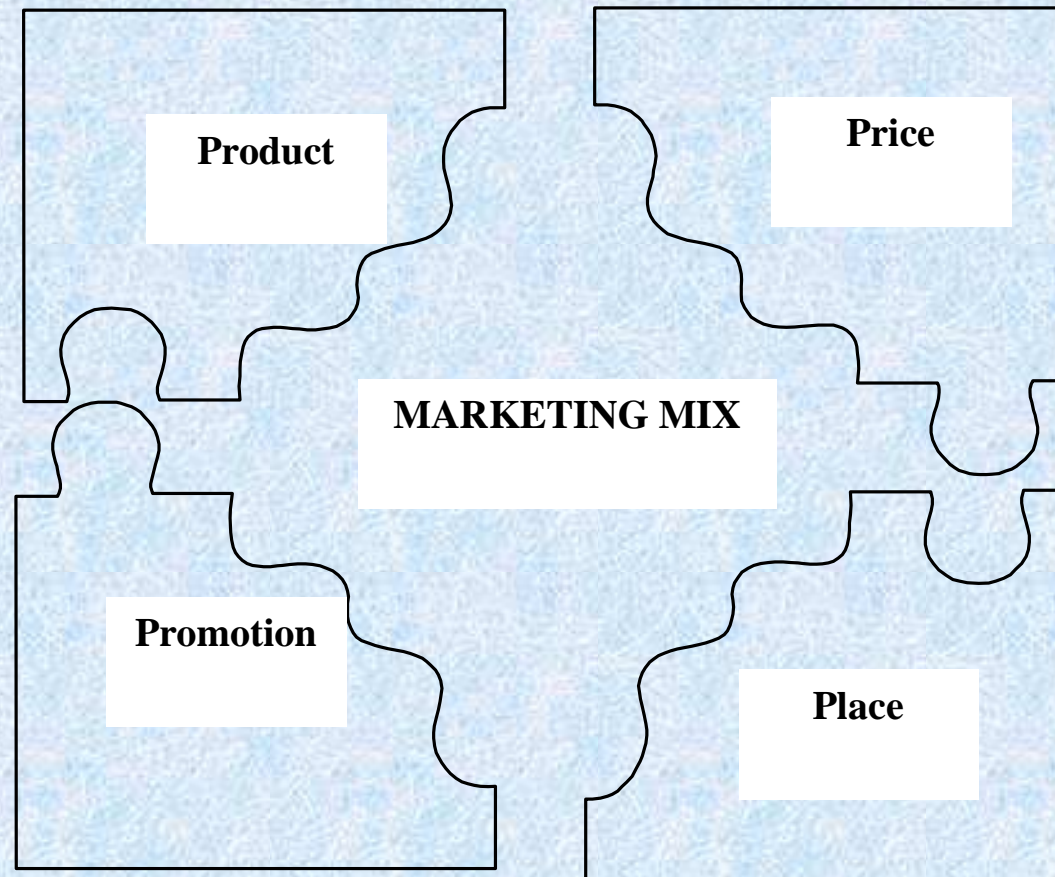
Posizionamento

Adattare ai target selezionati:

- Prodotto
- Prezzo
- Comunicazione
- Distribuzione



II marketing mix





Termini importanti

- **Segmento:** gruppo omogeneo di potenziali clienti
- **Segmentazione:** studio del mercato attraverso la scomposizione in segmenti
- **Posizionamento:** collocazione dell'offerta aziendale nello spazio prodotto/mercato
- **Target:** Segmento che a seguito dell'analisi del mercato e della concorrenza viene scelto come destinatario dell'azione integrata di marketing

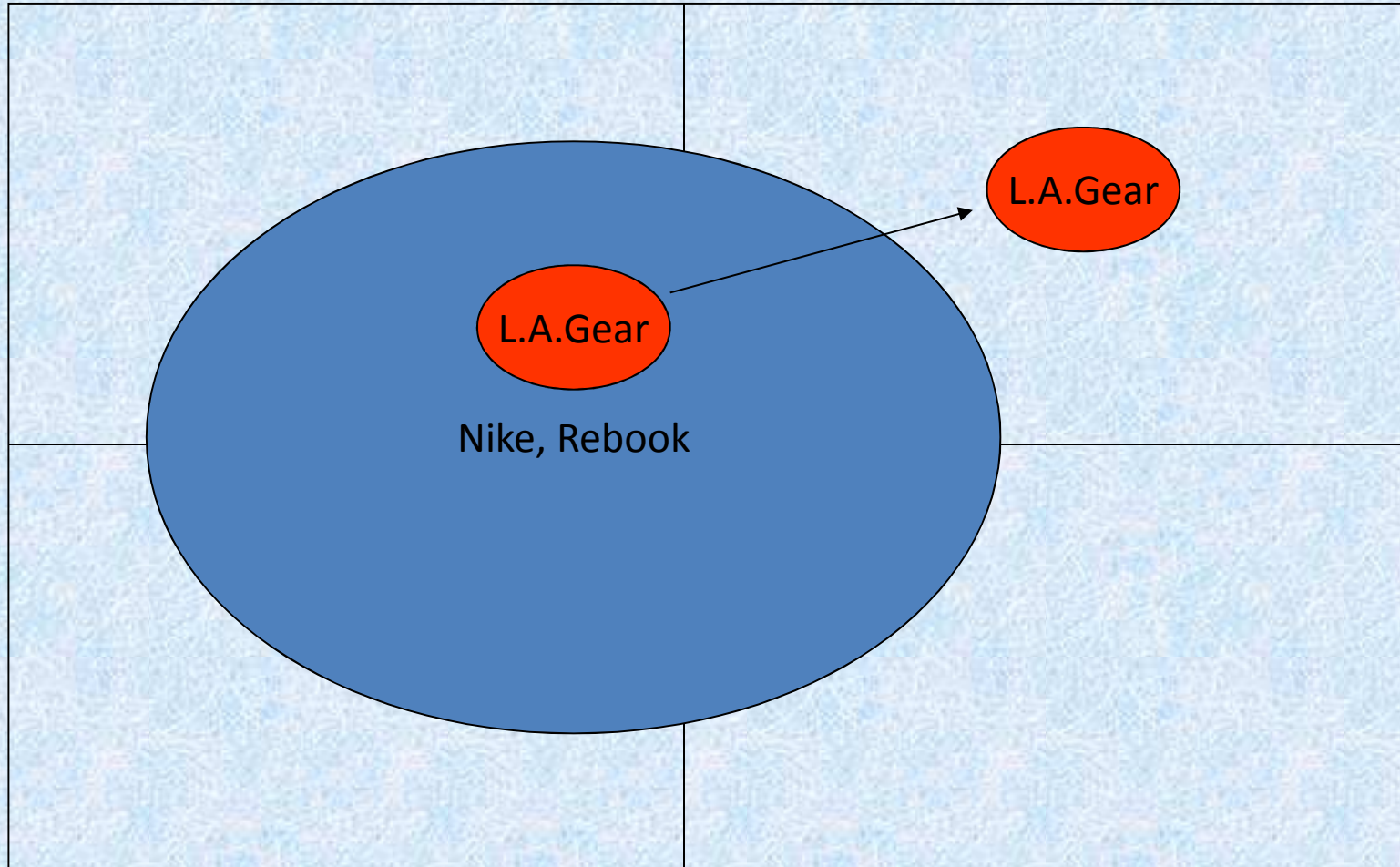


Adolescenti

Bambini

F

M



L.A.Gear

Nike, Rebook

L.A.Gear



Esempi di strategia con il triangolo tratti dai casi

- 3 minuti per pensare

Arriva il formaggio grana vegetariano senza caglio animale. La nuova versione halal dovrebbe piacere anche a indiani e musulmani

Si moltiplicano i formaggi "Grana" senza caglio animale. L'ultimo in ordine di apparizione si chiama "Il Verdiano". Si tratta di un prodotto che, per la sua tecnica di produzione, ambisce a trovare sbocchi in aree del mondo – come l'India o i paesi di religione musulmana - dove per ragioni etiche e religiose non si consumano formaggi stagionati per la presenza di caglio ottenuto dallo stomaco del vitello lattante. E lo stesso vale per i vegetariani, che spesso cercano in etichetta informazioni sul caglio impiegato, ma inutilmente, poiché non c'è l'obbligo di indicarne la tipologia.



Si tratta di novità interessanti perché propongono alimenti tradizionali di grande richiamo con una formula leggermente modificata in grado di soddisfare le richieste di nuove fasce di consumatori.



"TEINA NO"



THÉ DETEINATO SAN BENEDETTO CON PULL & PUSH.

"FRUTTOSIO SI"

Perché il Thé Deteinato San Benedetto è così adatto per i bambini? Prima di tutto perché non contiene teina. Poi perché contiene fruttosio, lo zucchero della frutta, per dare tutta l'energia che serve ai vostri figli. In più è fatto esclusivamente con Acqua Minerale San Benedetto. Provatelo nella pratica confezione Pull & Push, per berlo dove volete: non si versa, non si spande e quindi non macchia!



SAN BENEDETTO



GIÙ È CHIUSO, SU È APERTO.



LE VIGNE



PRODOTTI



A TAVOLA
CON TE



VENT'ANNI DI
TAVERNELLO

HOME PAGE

CONTATTI

CREDITS



Un bicchiere di vino ai pasti è un diritto di tutti* Ma sul vino non si scherza

* *Ovviamente, ci si riferisce solo a persona adulte, sane, non allergiche, che non debbano mettersi o siano alla guida di automezzi, e che non assumano o debbano assumere farmaci. Sono escluse in ogni caso, le donne in stato di gravidanza*

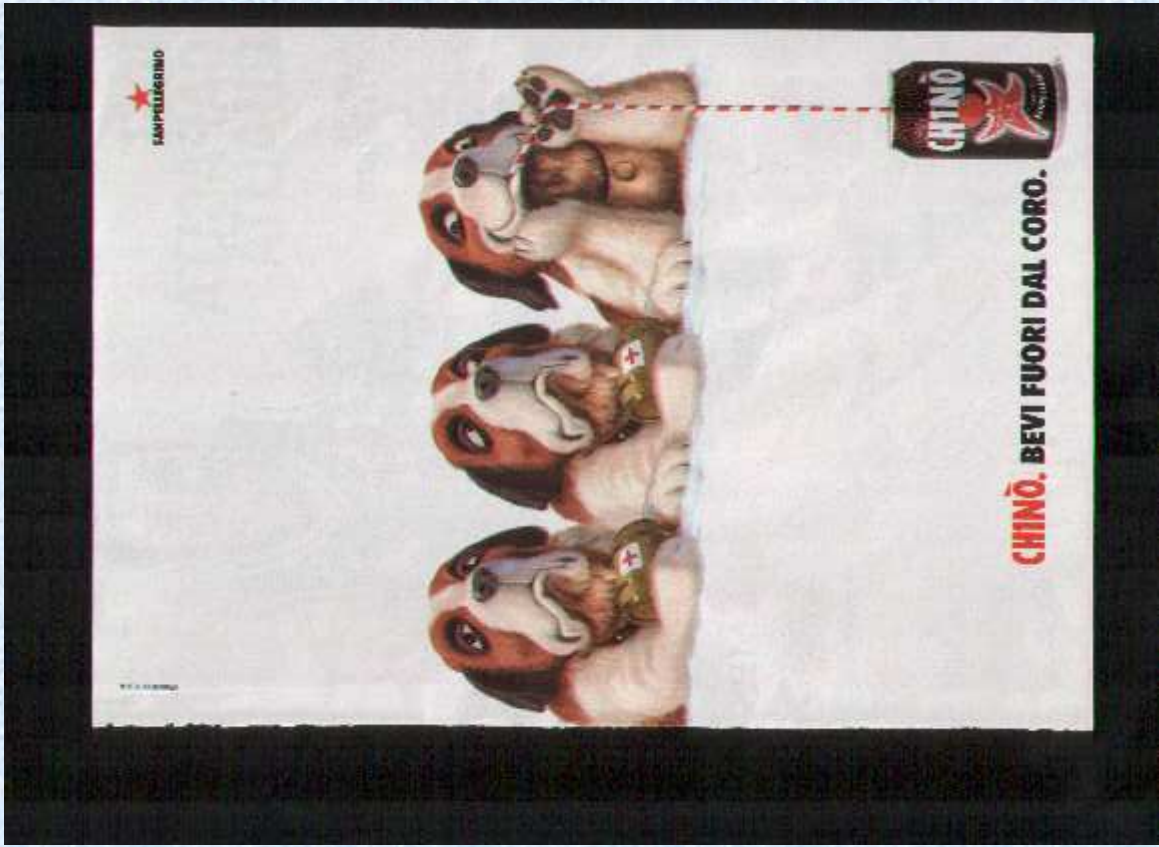
Il vino è un alimento quotidiano

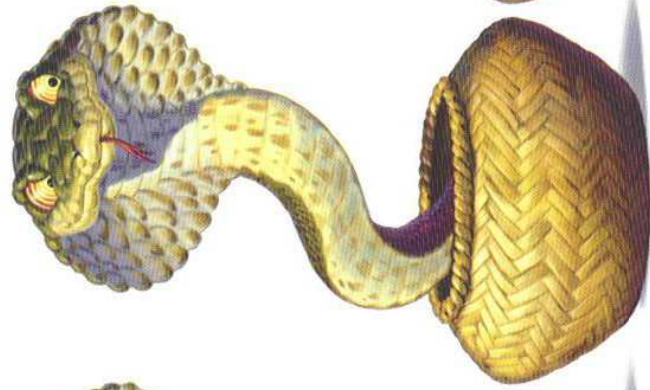
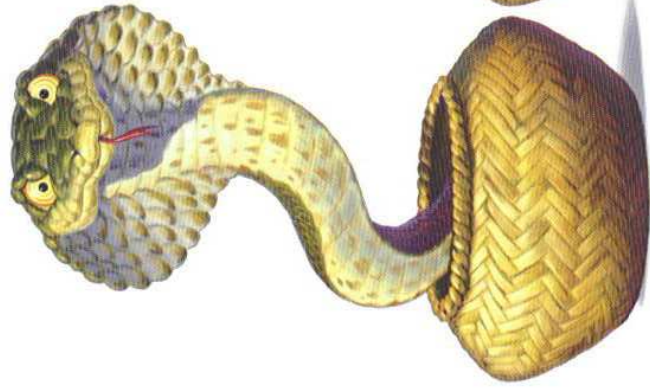
Nella tradizione degli Italiani c'è sempre stato il vino a tavola durante i pasti, considerato come un vero e proprio alimento da consumare con moderazione. Naturalmente, deve essere genuino. Ma per portare un vino genuino in tavola non è necessario spendere in modo eccessivo. L'estensione dei



Controlli e certificazioni a garanzia del vostro vino

Alcune aziende effettuano direttamente migliaia di controlli sul proprio vino: analisi microbiologiche, chimiche e sensoriali. A queste si possono aggiungere le certificazioni rilasciate da autorevoli enti esterni. Per esempio, la certificazione di rintracciabilità di filiera



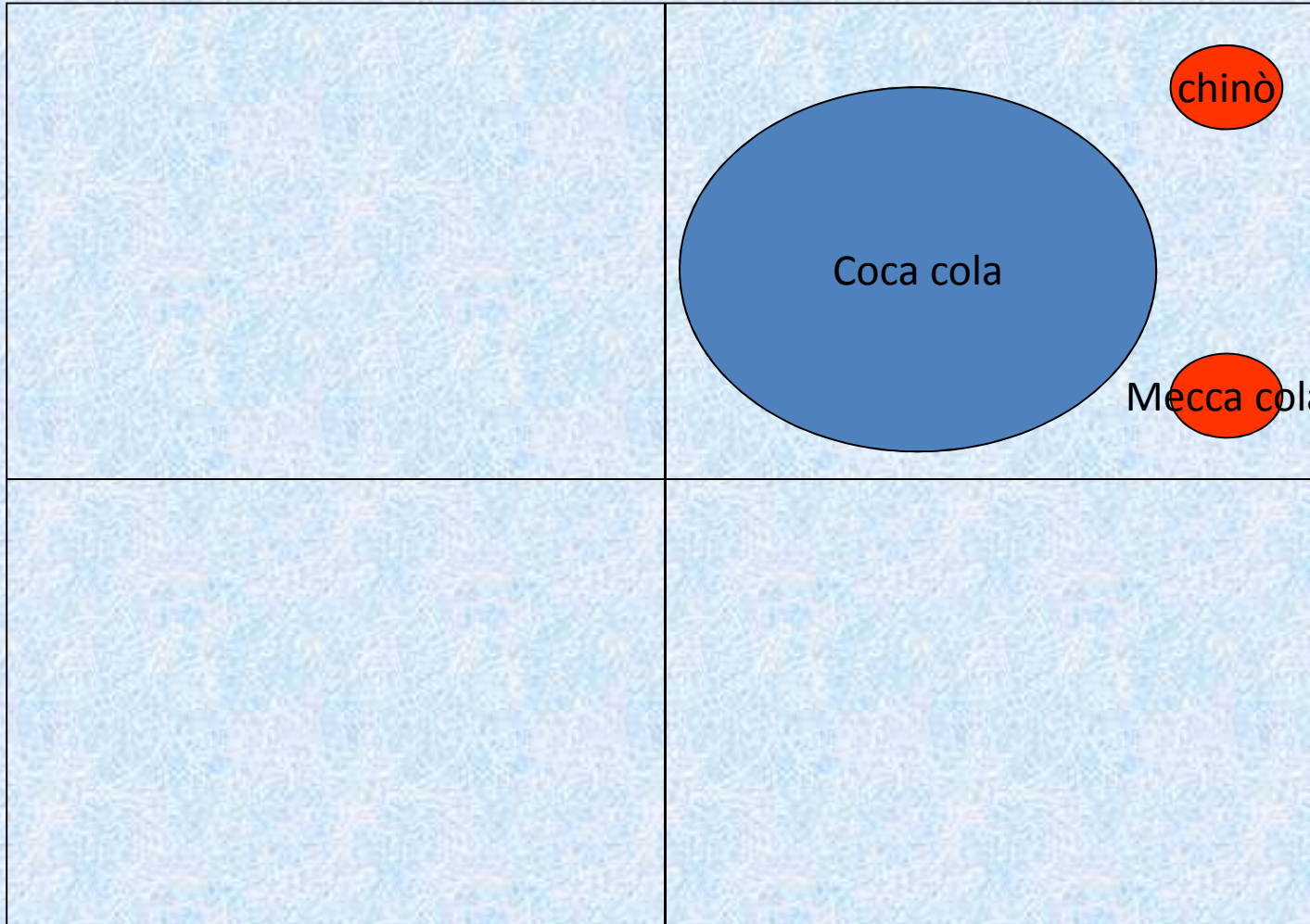


CHINÒ. BEVI FUORI DAL CORO.



black

altre



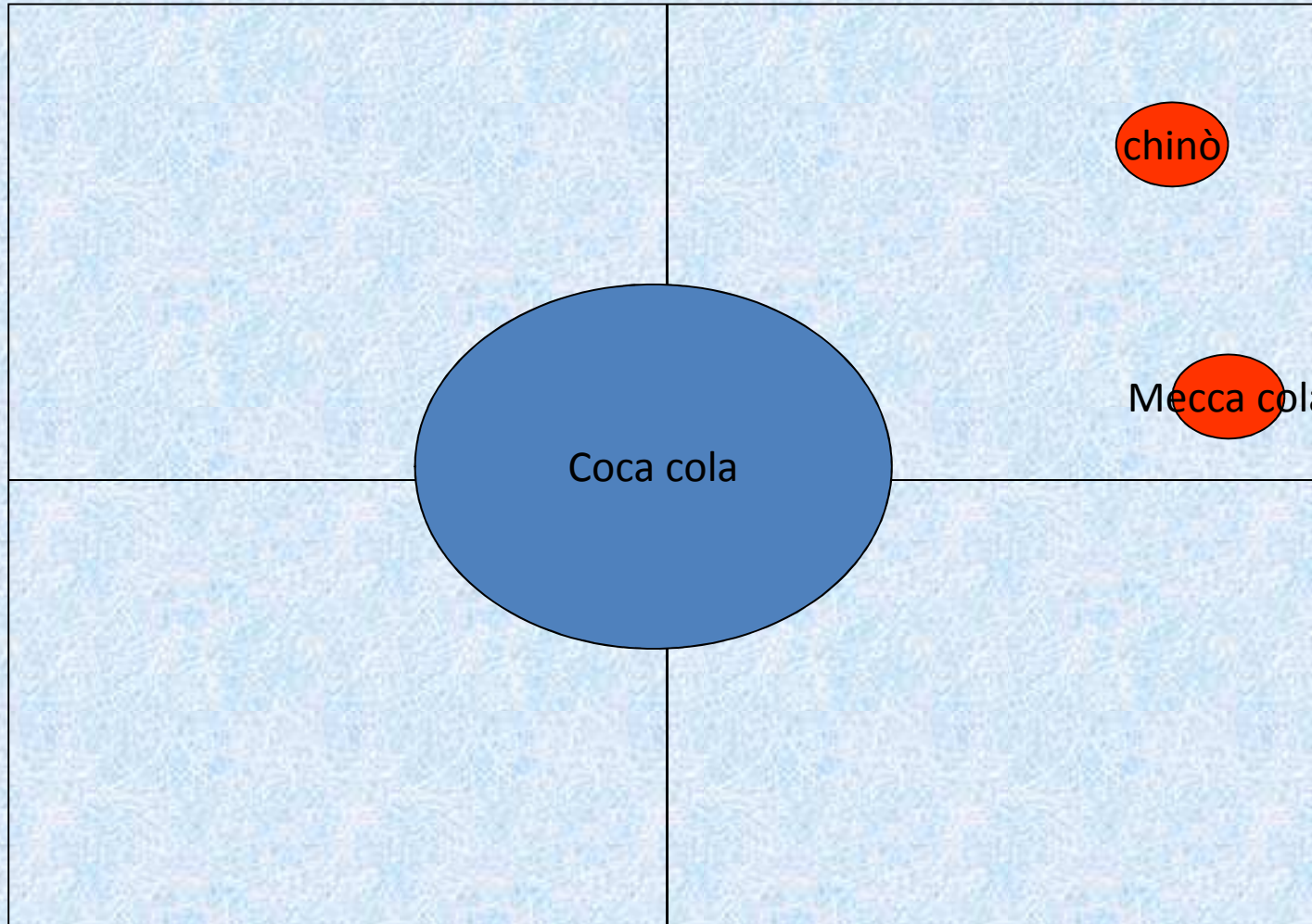
Non gassate

carbonated



alternati
vi

conven
zionali



adolescenti

adulti



PANASONIC PLUS: FREESTYLE-FREECOLORS.



NV-GS10 Videocamera Digitale.

La nuova videocamera che unisce alle performance digitali l'unicità dello stile e la libertà del colore. Così piccola che sarete liberi di portarla sempre con voi. Così tecnologica da offrirvi il massimo in qualità e la massima facilità d'uso. Il formato da 1/4" offre la libertà di scegliere seguendo il vostro gusto.

ecam

DIGITAL
NETWORK



Panasonic
ideas for life

Servizio Clienti 0267072556

www.panasonic.it



Posizionamento

MANGIAFUOCO

mentadent
SENSITIVE EXTRA

Mentadent ha creato SensiFire Extra per chi si sa bene
capace anche la sensibilità di denti e gengive.
Crede ad altre cose (come il Polso, SensiFire Extra
non si sente) e non ha paura di dire, in un modo
che gli altri non si sentono, che il suo
è il nuovo gusto a frangi e deliziosi.

Perché la vostra bocca
sia sensibile solo ai piaceri.

mentadent

Posizionamento

**Il tuo sorriso,
l'orgoglio di Tau-marin.**

Saliva e diverse abitudini
Igiene orale in diversi
contesti con il messaggio più completo

Più sensibilità
contro i problemi
di sensibilità

Tavole a strati
per una pulizia
più completa.

In farmacia. E' una garanzia.

Per una corretta igiene orale la scelta dello smalto non è fondamentale. Tau-marin è quello che fa per te.

- 400 pezzi in due varianti: mentolo e aloe. 250 pezzi con mentolo lungo, 250 pezzi con aloe.
- 250 pezzi con mentolo lungo, 250 pezzi con aloe e uncherry.
- 250 pezzi con mentolo lungo, 250 pezzi con aloe e uncherry.
- 250 pezzi con mentolo lungo, 250 pezzi con aloe e uncherry.
- 250 pezzi con mentolo lungo, 250 pezzi con aloe e uncherry.
- 250 pezzi con mentolo lungo, 250 pezzi con aloe e uncherry.
- 250 pezzi con mentolo lungo, 250 pezzi con aloe e uncherry.
- 250 pezzi con mentolo lungo, 250 pezzi con aloe e uncherry.

Per la tua salute compra e preferisci.

tau-marin
L'igiene orale più completa.



Risorse bibliografiche

- www.ilfattoalimentare.it
- www.ismea.it
- www.winenews.it
- <http://www.mywinemarketing.com>