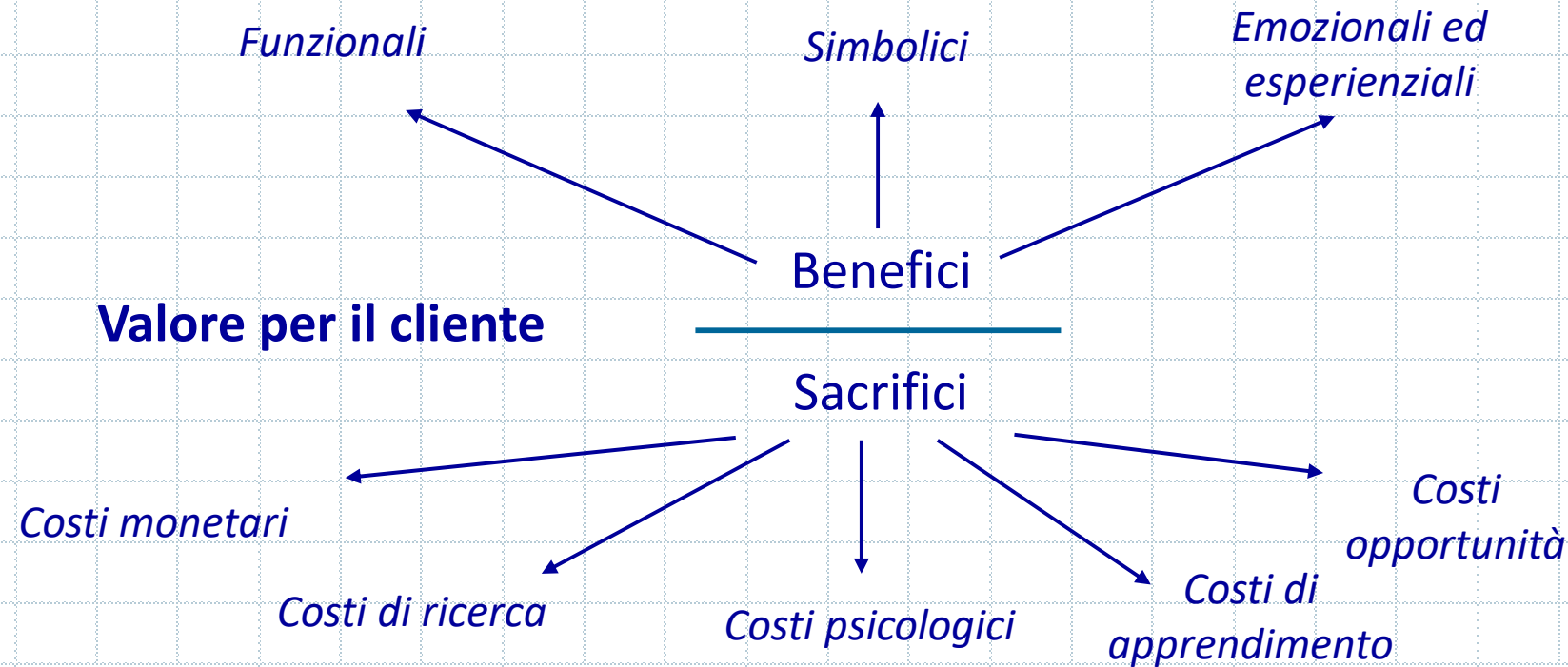


IL CONCETTO DI VALORE PER IL CLIENTE

Le caratteristiche dei canali digitali (*Internet in primis*) permettono di integrare l'offerta delle imprese con nuove e sofisticate componenti del valore per il cliente



I PROCESSI DI MARKETING PER LA CREAZIONE DI VALORE

PROCESSI ANALITICI

ANALISI QUANTITATIVA
misurazione della domanda attuale e potenziale
analisi del gap di potenziale

ANALISI QUALITATIVA
analisi dei comportamenti della domanda
analisi della concorrenza

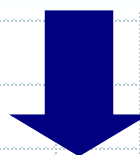


PROCESSI STRATEGICI

**SEGMENTAZIONE DELLA DOMANDA E
TARGETING**
identificazione di gruppi di consumatori con
preferenze e motivazioni simili da "attaccare"

**POSIZIONAMENTO
PERCETTIVO-COMPETITIVO**
definizione della posizione cognitiva che si aspira a detenere
nelle percezioni dei consumatori rispetto ai concorrenti

DIFFERENZIAMENTO DELL'OFFERTA
definizione del sistema d'offerta da offrire al/i target,
distinguendolo dai competitor



PROCESSI OPERATIVI

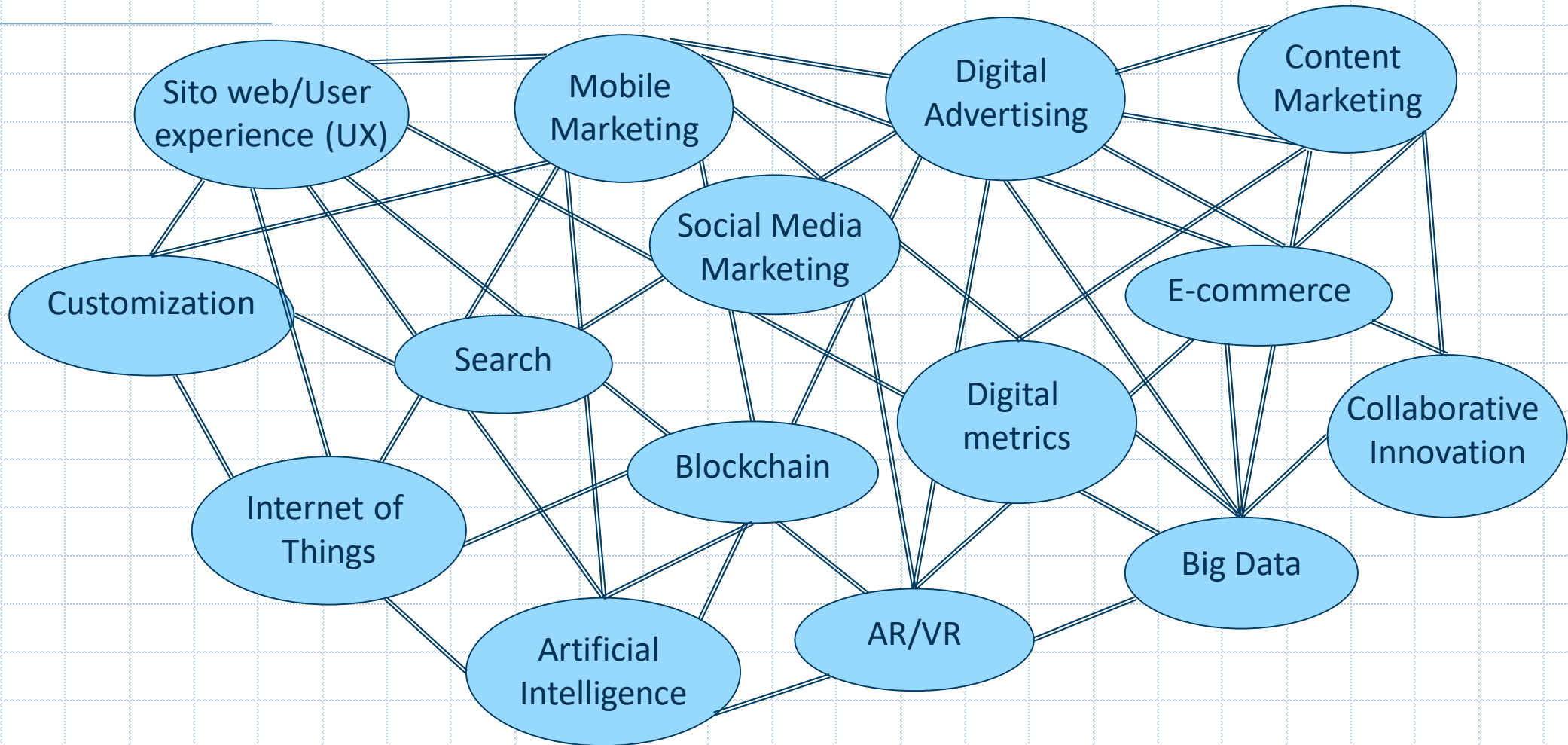
PRODOTTO
le caratteristiche del prodotto fisico, del
servizio, della marca, del package

PREZZO
il pricing rispetto ai costi, alla
concorrenza, alla domanda

COMUNICAZIONE
la pubblicità, le promozioni, il personal
selling, il direct marketing, le relazioni
pubbliche

DISTRIBUZIONE
la definizione dei canali distributivi e
delle politiche commerciali

DIGITAL MARKETING LANDSCAPE



- Fondata nel 1994 da Jeffrey Bezos a Seattle (USA)
- Fatturato 2023: \$ 574 MLD
- Utile 2023: \$ 30,4 MLD
- 1,5 milioni dipendenti
- Capitalizzazione di borsa (Sett. 2023): \$ 1.332MLD
- 175 centri di distribuzione in tutto il mondo con 150 milioni di metri quadrati di spazio
- Classifica Best Global brand: 3°(\$ 275 MLD)



- Fondata nel 1998 da Sergey Brin e Larry Page a Mountain View in California (USA)
- Fatturato 2023: \$ 307,4 MLD (dalla pubblicità più di 80%)
- Utile 2023: \$ 73,8 MLD
- Capitalizzazione di borsa (Sett. 2023): > \$ 1.649 MLD
- 174.000 dipendenti (100 sedi in 54 Paesi)
- Dal 2001 Google ha acquistato oltre 160 aziende, provenienti dai più svariati settori
- Classifica Best Global brand: 4° (\$ 252 MLD)

Alphabet
Google

Google

1998

Google!

1998 - 1999

Google

1999 - 2010

Google

2010 - 2013

Google

2013 - 2015

Google

2015 -



YouTube

Dal 2006

- Fondata nel 2004 da Mark Zuckerberg e dai suoi compagni di università Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz e Chris Hughes (presso l'Università di Harvard) con sede a Menlo Park in California (USA), oggi Meta
- Fatturato 2023: \$ 134,9 MLD
- Utile 2023: \$ 39,09 MLD
- Capitalizzazione di borsa > \$ 562 MLD
- Nel 2022, circa 87.000 dipendenti
- Classifica Best Global brand: 14° (\$ 35,4 MLD)
- Oltre a Facebook: Messenger, Whatsapp, Instagram, Oculus



Dal 2011



Dal 2012



Dal 2014



Dal 2014

L'IMPATTO DI INTERNET SUL COMPORAMENTO DEL CONSUMATORE

Maggiore **eterogeneità della domanda** (espansione a livello globale ma micronizzazione delle esigenze)

Il consumatore è più **informato** rispetto alle alternative disponibili ed è più **interconnesso** con gli altri utenti

Gli utenti hanno un ruolo **attivo** nella generazione di contenuti

Il consumatore interagisce con l'impresa utilizzando **molteplici canali**

L'IMPATTO DI INTERNET SUL MARKETING MANAGEMENT

Disponibilità di enormi quantità di **dati** sui clienti e tecniche di analisi più potenti

Definizione di **micro-cluster** e **one-man cluster**

Nuove opportunità di **differenziazione dell'offerta**

Personalizzazione dei prodotti, delle informazioni e delle esperienze di navigazione

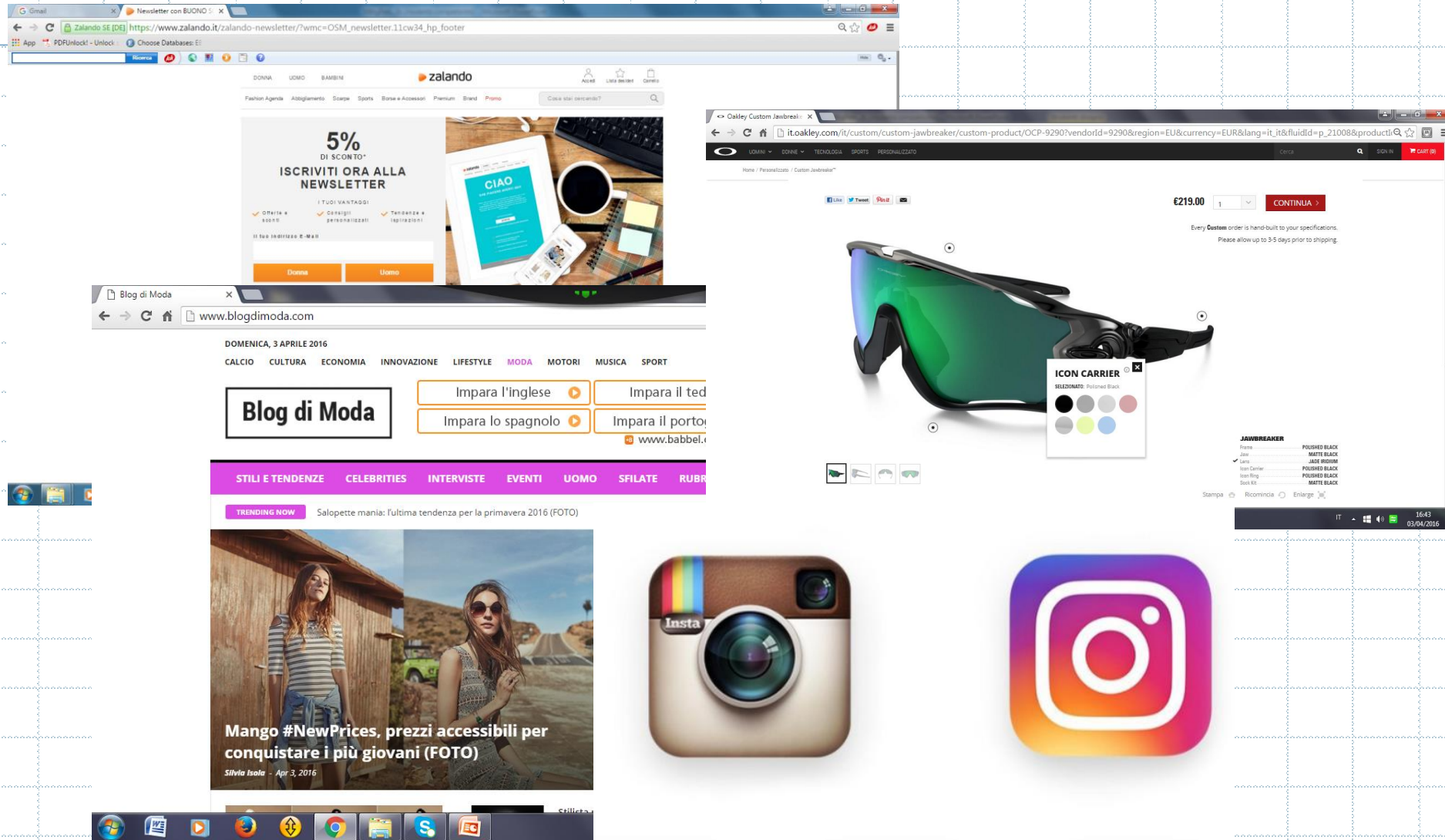
Digital advertising: **comunicazione multimediale, mirata e interattiva**

Social media marketing

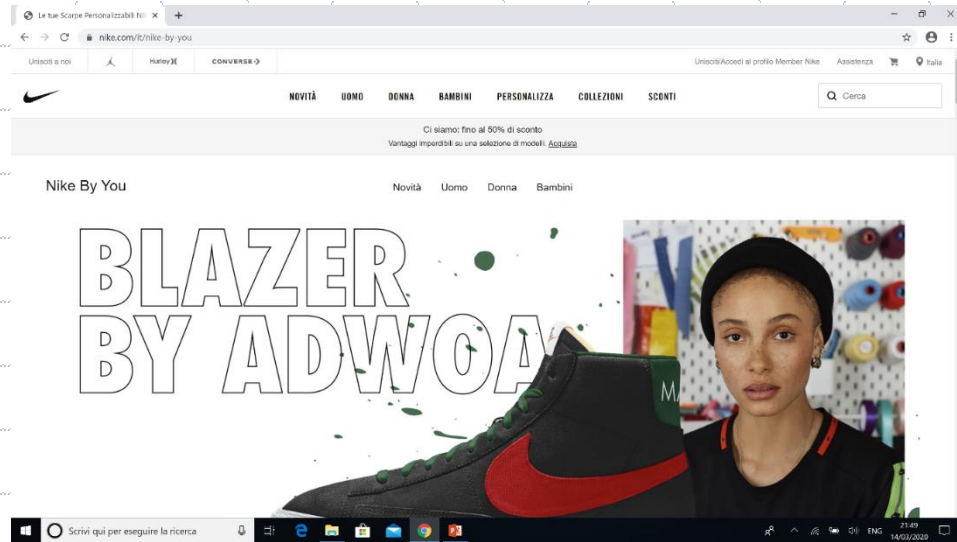
Comunità virtuali e **dinamiche sociali on line** che amplificano i processi comunicativi (**marketing virale**)

Integrazione della supply-chain: **canale fisico + canale digitale**

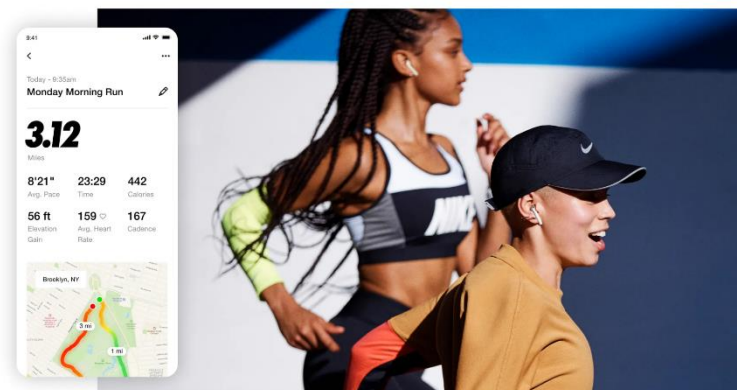
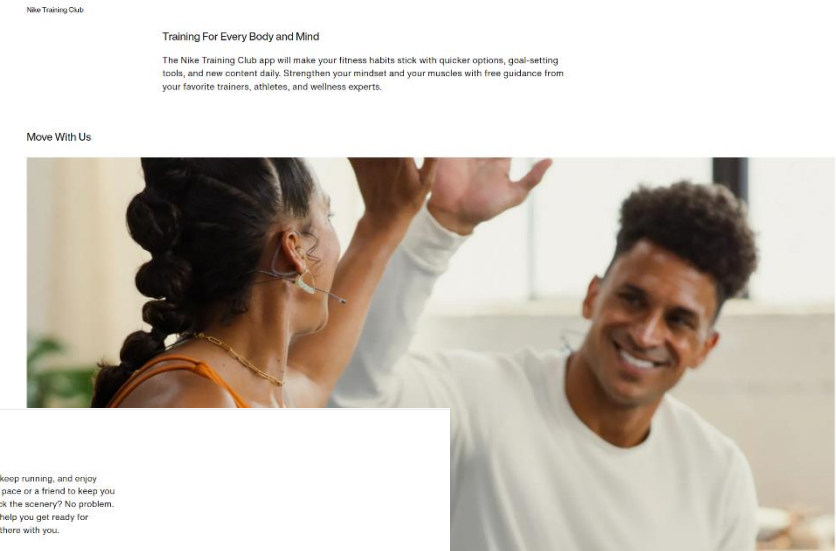
L'IMPATTO DI INTERNET SUL MARKETING MANAGEMENT



Nike Training Club



Nike by you



Nike Run Club

FELIX BAUMGARTNER E RED BULL STRATOS



**Branded content e
content marketing
per creare valore**

