

Corso di Marketing 2018-2019

*DEM UNIFE - CORSO DI
LAUREA IN ECONOMIA*



fulvio fortezza - macrosegmentazione

PRIMA DI COMINCIARE...

"Vogliamo **espandere** e mettere in **contatto** la nostra **community**, creare nuovi modi di realizzare e **condividere** le **raccomandazioni** di viaggio e infine rendere **fruibili** le raccomandazioni dove e come ne ho bisogno"

"L'obiettivo è passare dall'essere il più grande sito di viaggi al mondo alla **community più connessa** e in crescita del mondo"

"Coinvolgeremo anche editori, esperti di marketing e influencer per creare un luogo con **tutte le informazioni possibili** di viaggio e ovviamente la possibilità di **prenotare...** "



PRIMA DI COMINCIARE...



17 gennaio 2019

14 febbraio 2019

LOGICHE AGIRE STRATEGICO IMPRESE ORIENTATE AL MARKETING

Formula del successo:

1. **mercati-obiettivo (macrosegmentazione)** -
migliori segmenti di clientela (o anche mass market, se possiamo permettercelo...) (microsegmentazione) - **beneficio differenziale percepito (BDP)** superiore ai concorrenti (sistemi di prodotto+segnali valore+logiche di prezzo)



STEP BACK: I LIVELLI DI SEGMENTAZIONE

1. IN QUALI SETTORI (grandi aree attività: moda, turismo, trasporti, ecc) **INVESTIRE**

The screenshot displays the Scavolini website interface. At the top right, there is a navigation bar with the text "Registra il tuo prodotto" and four menu items: "CUCINE", "LIVING", "BAGNI", and "TAVOLI E SEDIE". Below this, a grid of product categories is visible, including "Pianos", "Digital Musical Instruments", "Win Edu", "Soundproof Rooms (Avitecs™)", "Music & English Language Schools", "Audio / Visual Equipment", "Professional Audio Equipment", "Semiconductors", "Golf Products", and "Resort Facilities".

The main content area features a large banner for "Trova il Tuo bagno" (Find your bathroom) with the headline "Arreda il bagno in armonia con te e la tua casa" (Decorate the bathroom in harmony with you and your home). Below the banner, a paragraph of text reads: "Scavolini entra nel settore dell'Arredo Bagno per presentare la propria idea di ambiente bagno e offrire ad un grande marchio può garantire. Scavolini ha scelto di collaborare con degli studi di architettura tra i più rappresentativi. Design&Sviluppo Scavolini, hanno dato vita a diverse collezioni complete di bagno che, per forma, materiali e finiture. Soluzioni funzionali e innovative completano l'offerta e aiutano a rendere questo ambizioso progetto una tappa".

At the bottom of the page, two large images showcase bathroom collections: "Aquo" and "Baltimora".

STEP BACK: I LIVELLI DI SEGMENTAZIONE

1. IN QUALI SETTORI (grandi aree attività: moda, turismo, trasporti, ecc) **INVESTIRE**

2. IN OGNI SETTORE QUALI MERCATI (AREE STRATEGICHE AFFARI, ASA) **PUNTARE** (MACROSEGMENTAZIONE)



NB – In ogni ASA:

- fcs e regole competitive
- tipo attori e interlocutori-chiave
- trend, potenzialità, vita utile residua



Rilevante per:

- analisi swot
- gestione portafoglio (in ottica proattiva) e allocazione risorse

STEP BACK: I LIVELLI DI SEGMENTAZIONE

1. IN QUALI SETTORI (grandi aree attività: moda, turismo, trasporti, ecc) INVESTIRE

2. IN OGNI SETTORE QUALI MERCATI (AREE STRATEGICHE AFFARI, ASA) PUNTARE

RUOLO CONSULTIVO/DI SUPPORTO FUNZIONE MARKETING!

STEP BACK: I LIVELLI DI SEGMENTAZIONE

1. IN QUALI SETTORI INVESTIRE

2. IN OGNI SETTORE QUALI MERCATI PUNTARE

3. IN OGNI MERCATO QUALI (MICRO)SEGMENTI O
TARGET-GROUP PUNTARE



RUOLO DECISIVO FUNZIONE MARKETING!



MACROSEGMENTAZIONE

FOCUS STRATEGICO: ampiezza business

Orizzontale

**(macrosegmentazione) = in
quali combinazioni
prodotto/mercato operare**

**Verticale = gestione attività
catena valore → grado
integrazione monte/valle**

Catena del valore Coca Cola

- Eccetto le funzioni di logistica e produzione dove Coca Cola detiene una leadership di costo ed economie di scala essendo una "Global Company", il vero vantaggio competitivo deriva dalla funzione di marketing che le consente di avere un alto awareness e uno tra i più alti brand value.



MACROSEGMENTAZIONE

FOCUS STRATEGICO: ampiezza business



Verticale = grado integrazione monte/valle

Swatch rileva la svizzera Simon Et Membrez

lunedì, 16 aprile 2012



SEDE SIMON ET MEMBREZ

Swatch Group ha rilevato la **Simon Et Membrez**, azienda svizzera specializzata nella produzione di casse per orologi di fascia alta, per una cifra che non è stata resa nota. Nel dettaglio, il gruppo elvetico ha acquisito il 100% delle azioni della connazionale Simon Et Membrez, detenute da Philippe Membrez, l'amministratore delegato della società, e da Etienne Membrez e Didier Membrez. Inoltre, Swatch Group ha rilevato il controllo del 60% della collegata **Termiboîtes**, che si occupa di pulitura delle casse.

MACROSEGMENTAZIONE

FOCUS STRATEGICO: ampiezza business



Verticale = grado integrazione monte/valle

Orologi, Gucci si compra il fornitore di quadranti

giovedì, 21 marzo 2013

Gucci Timepieces & Jewelry si compra il suo fornitore di lunga data **Fabbrica Quadranti**, produttore svizzero con sede a Besazio, nel canton Ticino, che da 15 anni crea quadranti di qualità per il brand. L'azienda della famiglia **Longhi** conta 38 dipendenti. Gucci intende investire in nuovo personale e attrezzature, per aumentare la produzione, riportare all'interno dell'azienda operazioni oggi subappaltate e accrescere ulteriormente la qualità.

“Integrando Fabbrica Quadranti in Gucci Timepieces & Jewelry, potremo rafforzare la nostra posizione di marchio swiss made nel mondo dell'orologeria”, ha commentato **Michele Sofisti**, Ceo del **Gruppo Sowind** (Girard-Perregaux, Jean Richard), di proprietà di **Ppr** attraverso Gucci. “La competenza apportata da Fabbrica garantirà un'autonomia ancora maggiore alla nostra manifattura orologiera”.



MACROSEGMENTAZIONE

FOCUS STRATEGICO: ampiezza business



Verticale = grado integrazione monte/valle

Lvmh ed Hermès si danno all'allevamento di coccodrilli



Negli ultimi mesi, cercando di non dare troppo nell'occhio, **Lvmh** ed **Hermès** hanno deciso di investire in un business insolito: l'allevamento di coccodrilli per la produzione di pellame. La motivazione di questa inedita strategia per entrambi i gruppi è di garantire gli approvvigionamenti delle materie prime più pregiate.

Zegna compra la lana di Achill

mercoledì, 9 luglio 2014



PAOLO ZEGNA

Ermenegildo Zegna si compra la materia prima a monte. Il marchio italiano di abbigliamento maschile di lusso, infatti, ha acquisito la maggioranza della fattoria australiana **Achill**, nel New England, specializzata nella produzione di **lana Merino Superfine**. La mandria della proprietà conta circa 12.500 ovini e mille bovini, allevati all'aperto secondo pratiche di pascolo moderne e nel rispetto della qualità della vita degli animali.

L'operazione rappresenta un passo ulteriore nel progetto di verticalizzazione del gruppo che assume così il controllo della filiera produttiva fin dalla prima fase del processo, partendo dalla materia prima e passando dalla selezione alla gestione diretta dell'allevamento, in partnership con un allevatore locale, l'imprenditore quarantaduenne **Charlie Coventry** che rappresenta la sesta generazione della famiglia di allevatori.

MACROSEGMENTAZIONE: gli step

1. SETTORE/I

2. IDENTIFICAZIONE POSSIBILI ASA (MACROSEGMENTAZIONE)



Criteria unidimensionali:

- **similarità offerta (solo concorrenti diretti):** *es: city car, SUV, utilitarie, sportive, ecc* → **attenzione alla convergenza...**

AUTO +1 1 Tweet 12 Consiglia 44

Il navigatore diventa social per arginare gli smartphone

TomTom, leader del settore dei gps, introduce Twitter, Expedia e TripAdvisor sui suoi dispositivi. Un modo per rispondere alla crescente concorrenza dei telefonini con mappe. Ma quante distrazioni al volante...
di RICCARDO BAGNATO



ANCHE il navigatore diventa social. A bordo dei nuovi TomTom sbarcano Twitter, Expedia e TripAdvisor. L'azienda leader nel settore dei navigatori per automobili corre così ai ripari e si adegua alle nuove tendenze. Volete avvisare i vostri amici che arriverete all'appuntamento per le 20? Due clic, una tastiera e potete avvertirli su Twitter. Se poi il traffico vi impedisce di arrivare in tempo, nessun problema: a ricalcolare in automatico l'ora di arrivo ci pensa il navigatore che comunicherà il ritardo.

Il nuovo TomTom Go Live 1005 World

MACROSEGMENTAZIONE: gli step

1. SETTORE/I

2. IDENTIFICAZIONE POSSIBILI ASA



Criteria unidimensionali:

- similarità offerta
- similarità tecnologia cardine
(x prodotti high-tech)

la Repubblica.it | Nikon, una fotocamera con Android

« PRECEDENTE Foto 1 di 3 SUCCESSIVO »



Nikon tenta la carta Android, in un mercato di fotocamere compatte ormai cannibalizzato dagli smartphone. E la S800c, a breve sul mercato, sembra proprio uno smartphone con avanzate funzionalità da fotocamera. Zoom ottico 12x, display da 3.5, Android 2.3 come sistema operativo, WiFi e Gps. Niente slot per la Sim, e quindi la connettività è limitata al wireless. Prezzi ancora non annunciati. *(Seguono immagini)*

MACROSEGMENTAZIONE: gli step

1. SETTORE/I

2. IDENTIFICAZIONE POSSIBILI ASA



Criteria unidimensionali:

- **similarità offerta (solo concorrenti diretti):** *es: city car, suv, utilitarie, sportive, ecc*
- **similarità tecnologia cardine (x prodotti high-tech)**
- **similarità (percepita) nell'uso (prospettiva domanda):** → Es:
categorizzazione prodotti = si chiede ai clienti di raggruppare prodotti simili e separare prodotti diversi e di specificare i criteri di raggruppamento adottati

MACROSEGMENTAZIONE: gli step

1. SETTORE/I

2. IDENTIFICAZIONE POSSIBILI ASA



Criteria unidimensionali:

- similarità (percepita) nell'uso (prospettiva domanda)



MACROSEGMENTAZIONE: gli step

2. IDENTIFICAZIONE POSSIBILI ASA


Criteria multidimensionali:



Funzioni (tipo di esigenze soddisfatte)



Grandi categorie di clienti
(non target-group!)

Modalità/Tecnologia (come è svolta la funzione)

MACROSEGMENTAZIONE: gli step

2. IDENTIFICAZIONE POSSIBILI ASA



Criteria multidimensionali:



MACROSEGMENTAZIONE: gli step

2. IDENTIFICAZIONE POSSIBILI ASA



Criteria multidimensionali:

In Olanda il primo carro funebre elettrico, è su base Tesla

Derivato Model S per eco-funerali nelle zone traffico limitato

Redazione ANSA 18 OTTOBRE 2016 18:55



MACROSEGMENTAZIONE: gli step

3. VALUTAZIONE INTERESSE SINGOLE ASA

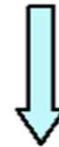


Dipende da:

- intensità concorrenza
- dimensione e trend domanda aggregata

Es: stima della domanda totale nel mercato del detersivo per lavastoviglie in tavolette per famiglie

Domanda (Q) = n.ro compless di unità di consumo (N) * tasso di dotazione (e) * frequenza utilizzo lavastoviglie (f) * consumo unitario (q)



N = 4.200.000 famiglie

e = 37% di famiglie dotate di lavastoviglie

f = 4 lavaggi in media alla settimana, 200 all'anno

q = 1 tavoletta (20 g.) per lavaggio



Q = N * e * f * q = **6.216 tonnellate all'anno**

MACROSEGMENTAZIONE: gli step

3. VALUTAZIONE INTERESSE SINGOLE ASA



Dipende da:

- intensità concorrenza
- dimensione e trend domanda aggregata
- obiettivi impresa vs caratteristiche mercato
- fattori critici successo mercato vs punti di forza impresa

MACROSEGMENTAZIONE: gli step

4. VALUTAZIONE SINERGIE FRA ASA



Focus su:

a) COSTI:

- possibili economie scala, scopo
- riflessi su potere contrattuale vs fornitori trade

b) VALORE CREATO:

- coprire in modo più estensivo esigenze cliente
- riflessi su immagine impresa

MACROSEGMENTAZIONE: gli step

4. VALUTAZIONE SINERGIE FRA ASA



MACROSEGMENTAZIONE: gli step

4. VALUTAZIONE SINERGIE FRA ASA



MACROSEGMENTAZIONE: gli step

4. VALUTAZIONE SINERGIE FRA ASA



MACROSEGMENTAZIONE: gli step

4. VALUTAZIONE SINERGIE FRA ASA



Ampliamento orizzontale del business "particolare" e assolutamente azzeccato con il posizionamento dell'azienda. Dopo Santhè Sant'Anna a base di acqua Sant'Anna, arrivano i prodotti di cosmetica a base di acqua Evian, "Live Young". <http://www.l-vanity.com/1014-evian-brumisateur-water-spray-150ml.html>



MACROSEGMENTAZIONE: gli step

4. VALUTAZIONE SINERGIE FRA ASA



Carlsberg e la sua nuova linea di beauty care per uomo

Il brand extension di Carlsberg con i nuovi prodotti a base di birra per il beauty care maschile

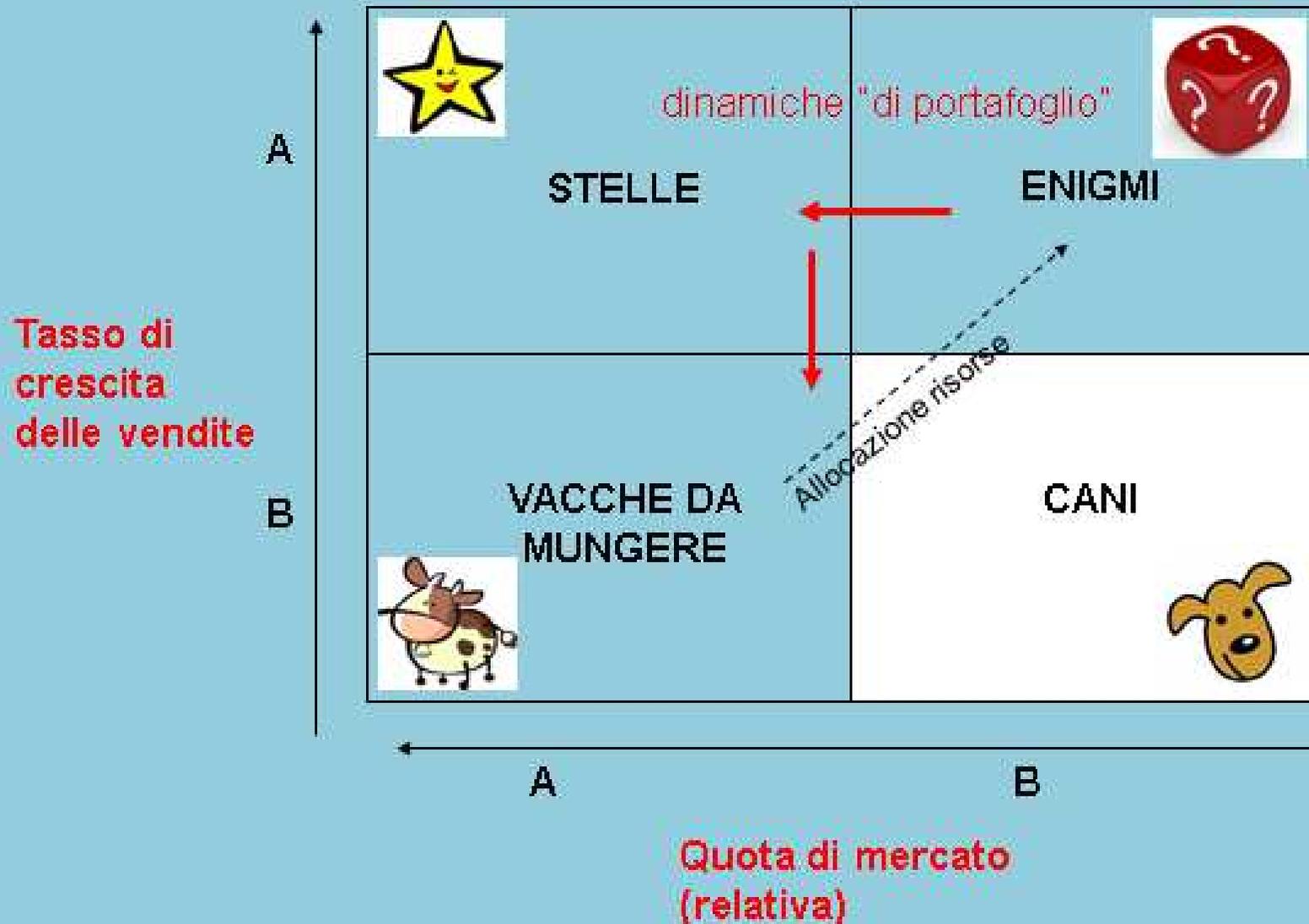
 Like 39 people like this. Be the first of your friends.



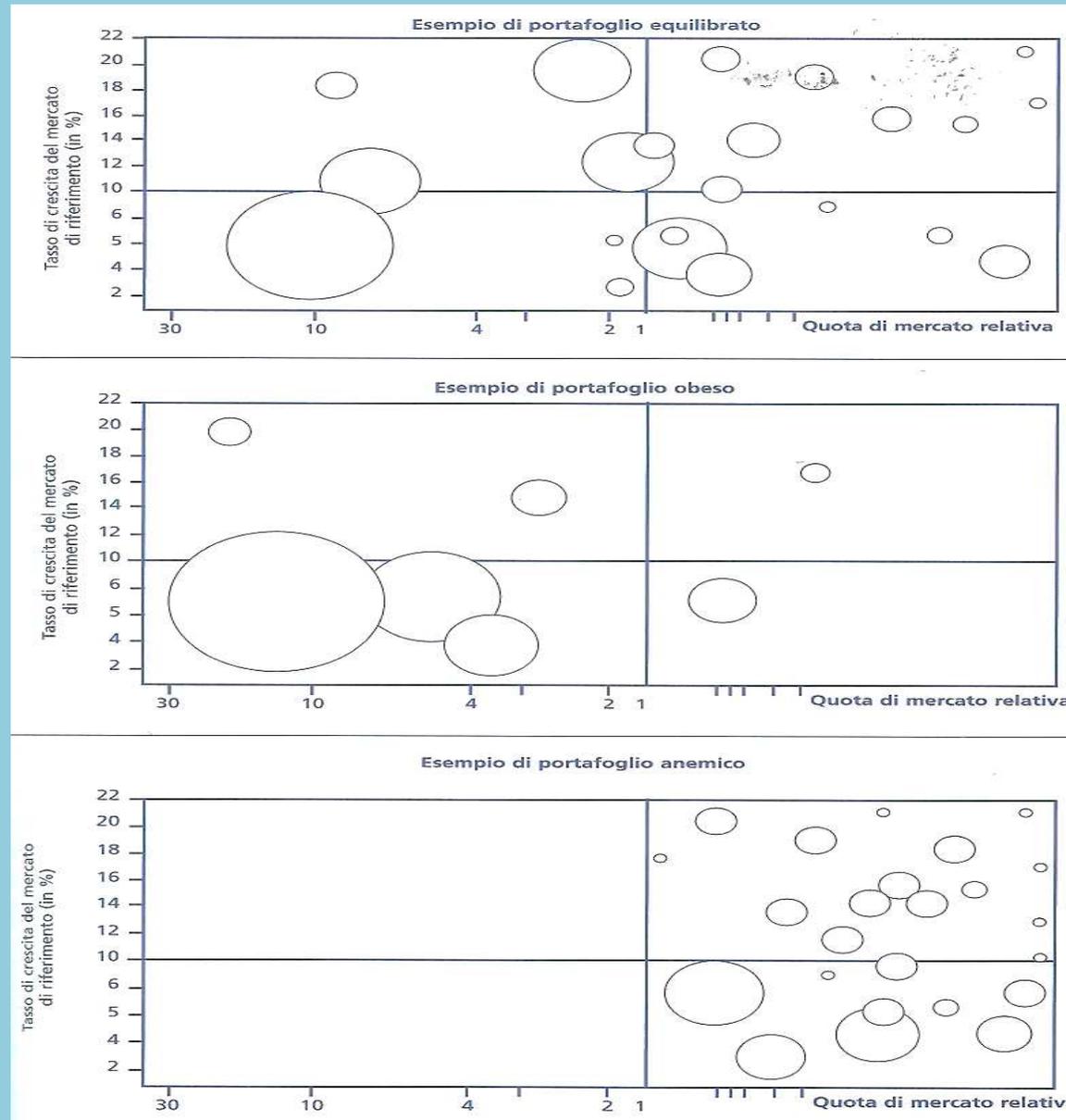
MACROSEGMENTAZIONE: gli step

- 1. SETTORE/I**
- 2. IDENTIFICAZIONE POSSIBILI ASA**
- 3. VALUTAZIONE INTERESSE SINGOLE ASA**
- 4. VALUTAZIONE SINERGIE FRA ASA**
- 5. VALUTAZIONE CONGRUENZA RISORSE**
- 6. COMPOSIZIONE PORTAFOGLIO BUSINESS**

GESTIONE PORTAFOGLIO STRATEGICO: MATRICE BCG



GESTIONE PORTAFOGLIO STRATEGICO: MATRICE BCG



GESTIONE PORTAFOGLIO STRATEGICO: MATRICE BCG

Samsung mette 11,6 miliardi di euro su fabbrica chip, previsto calo sugli smartphone

di L.Sal. 6 ottobre 2015

Tweet 1

Consiglia 47

g+ 0

My24



A A



(Bloomberg)

Samsung Electronic investirà circa 11,6 miliardi di euro in una fabbrica di semiconduttori a Pyeongtaek, circa 70 km a sud di Seoul, la capitale della Corea del Sud. Il nuovo impianto, che sorgerà nel 2016, creerà 150mila posti di lavoro, un terzo della popolazione locale. Con il nuovo sito Samsung vuole difendere la sua posizione in un settore (quello dei chip di memoria) in cui è leader e in un momento di crescita, mentre negli smartphone - comparto che vale circa il 60% dei ricavi del gruppo - soffre la crescente concorrenza di Apple e dei produttori cinesi.

Rafforzando il suo posizionamento nei processori, Samsung vorrebbe cavalcare lo sviluppo di nuovi business come wearable device, auto e casa connessa. Domani l'azienda

GESTIONE PORTAFOGLIO STRATEGICO: MATRICE BCG

iShoes, Apple deposita il brevetto per le scarpe rivoluzionarie

Publicato il 28 gennaio 2013 18.40 | Ultimo aggiornamento: 28 gennaio 2013 18.40



1

5



di Redazione Blitz

TAG: [apple](#), [ishoes](#), [scarpe](#)



Apple Shoes degli anni '90

SAN FRANCISCO – **iShoes** è il prossimo rivoluzionario prodotto di **Apple**. L'azienda ha infatti depositato all'Ufficio brevetti Usa la richiesta per un sistema di sensori inseriti nelle calzature. I termini descritti nel brevetto mirano a presidiare non solo le scarpe ma il settore delle tecnologie da indossare in generale.

I sensori che saranno nella **scarpe** rileveranno alcuni parametri e potranno trasmetterli in tempo reale a un dispositivo come uno smartphone e anche un orologio creando così una cosiddetta **Body Area Network**, ovvero una rete di comunicazione tra dispositivi da portarsi addosso.

GESTIONE PORTAFOGLIO STRATEGICO: MATRICE BCG

Addio a moka, futuro caffè è nelle cialde

Svolta per la Lavazza, che punta dritto alla nuova strategia di mercato

13 dicembre, 17:49



◀ Indietro | 🖨️ Stampa | ✉️ Invia | ✎ Scrivi alla redazione | 💬 Suggestisci ()



MILANO - Addio vecchia moka, il futuro del caffè è la cialda. Ne è convinto Antonio Baravalle, amministratore delegato della Lavazza, che proprio dalle cialde ricava il 30% del suo fatturato. "Ad oggi - ha sottolineato - nel mondo sono installate 50 milioni di macchine da caffè per cialde". Un mercato strategico per aziende come Lavazza, e non solo, che oggi rappresenta il 3,5-4%, ma con un tasso medio di crescita annuo del 30%. "In dieci anni - ha sostenuto Baravalle nel corso della presentazione del preconsuntivo Lavazza 2012 - le macchine per cialde installate nel mondo diventeranno 150-160 milioni". Il motivo di tanto successo, secondo Baravalle, è semplice: "La cialda - ha concluso - è l'unico modo di consumo omogeneo del caffè nel mondo".



1 di 1

🔍 Guarda la foto

Lavazza: addio a moka, caffè del futuro è nelle cialde

GESTIONE PORTAFOGLIO STRATEGICO: MATRICE BCG



DURACELL

HOME | CONTATTACI | B2B/PROFESSIONAL | ITALY/ITALIANO | 

CERCA...

[PRODOTTI ▾ | RISORSE ▾ | NOVITÀ ▾ | CONIGLIETTO DURACELL ▾]

CONFRONTA | CERCA PRODOTTI | COMPRA ORA

SOLUZIONI PER L'ENERGIA DURACELL

CARICATORE USB PORTATILE

Il caricatore USB portatile Duracell 3 Ore (1150 mAh) ti permette di ricaricare una vasta gamma di dispositivi alimentati tramite USB. Ti fornisce fino a 3 ore di conversazione in più con gli Smart phones (i risultati variano a seconda del dispositivo e del tipo di utilizzo) per chiamare quando sei in viaggio.

[SCOPRI DI PIÙ](#)

BATTERIE

CARICATORE USB PORTATILE

APPARECCHI ACUSTICI DURACELL

EasyTab

DURACELL Rechargeable