

Marketing

Gestione e sviluppo
delle attività di
Marketing Analitico,
Strategico &
Operativo



Marketing Analitico

Il marketing analitico è lo studio del mercato.

La scelta di posizionamento d'offerta dell'impresa si compone di due elementi: un'analisi della concorrenza e un'analisi della domanda al fine di costruire il tuo portafoglio prodotti più adeguato alle tue esigenze.

Svolgiamo: Analisi del mercato con metodi quantitativi a vari livelli (clienti finali, dealer, grossisti, distributori nazionali, intermediari, ecc.) per mappare i desideri del cliente, per conoscere gli ambiti di mercato già eventualmente occupati dai competitors diretti e indiretti.



Marketing Strategico

Il marketing strategico è programmazione di ampio respiro.

Pianificare significa organizzare attraverso regole precise, per sfruttare al massimo tutti gli strumenti messi a disposizione del marketing strategico, per raggiungere obiettivi di crescita e di guadagno, fondamentali all'interno di un'impresa. Pianificazione di obiettivi di lungo periodo, che tengano conto della redditività globale e del proprio portfolio di prodotti/servizi, mirando alla massimizzazione del risultato in termini di fatturato, marginalità o altri parametri definiti internamente

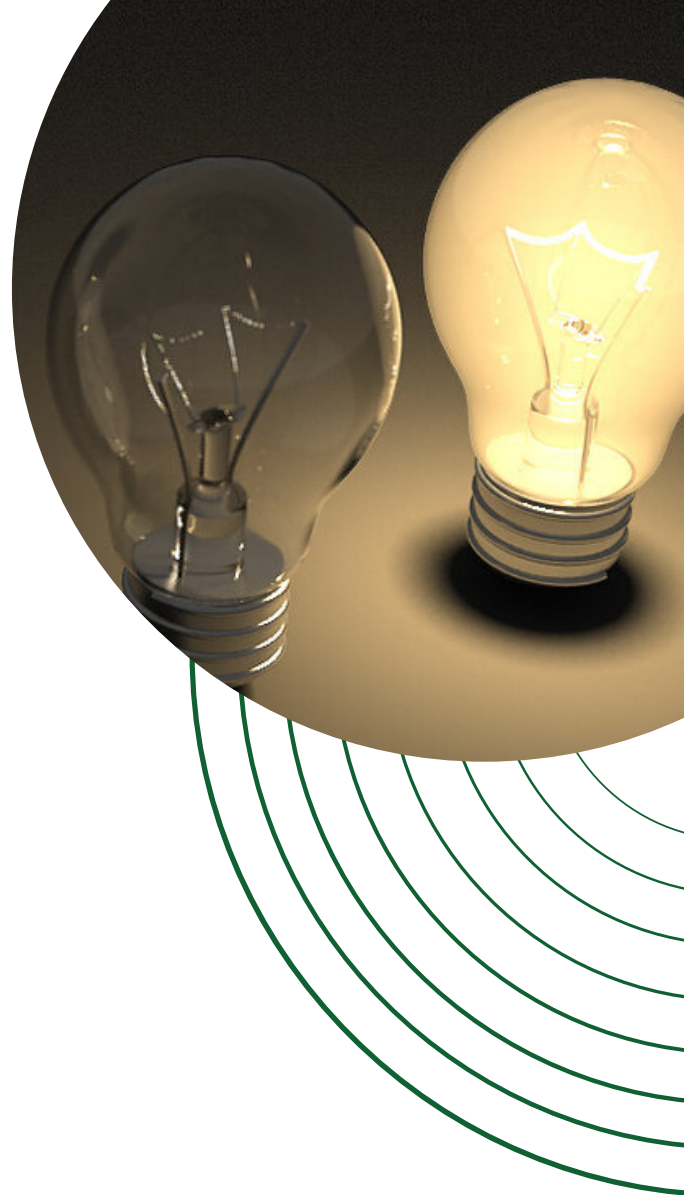
Marketing Operativo

Il Marketing operativo è la parte finale dell'intero processo di marketing.

La componente operativa (o tattica) del marketing ha il compito di realizzare concretamente le strategie definite nelle fasi precedenti, disponendo delle risorse (denaro, professionalità, tecnologia) nel modo più efficace.

Gli strumenti e i servizi di marketing operativo vengono individuati a partire dalle specifiche esigenze dell'azienda, sono attività che richiedono la massima cura in ogni aspetto ed in ogni fase, e l'utilizzo di personale di alto livello professionale, in grado di dare valore aggiunto all'attività che svolgono.

Le azioni si possono declinare in attività di Comunicazione (a diversi livelli: materiale stampato, sito web, socials, newsletters etc.), di promozione (attività di diffusione delle informazioni quali Riunioni Tecniche, collaborazioni con Istituti Tecnici, campi prova, merchandising...), di fidelizzazione dei distributori (product mix, attività locali specifiche, animazione punto vendita...) etc.



Attività

- Il sito internet: creazione, manutenzione, attività socials (LinkedIn, Facebook, Instagram etc.) newsletters
- Visibilità sul web: presenza su motori di ricerca, siti di media , organizzazioni diverse, Opinion leader .. eventi nazionali e internazionali (Fiere, Congressi, meeting in campo...)
- Comunicazione istituzionale (brochure, video, comunicazioni aziendali)
- Protezione marchi
- Gestione attività promozionali/comunicazioni tecniche personalizzate
- Creazione e lancio nuovi prodotti in base alle richieste del cliente o in seguito a strategie aziendali interne (interfaccia con Industriale, Laboratorio, Regulatory, Marketing, Commerciale, Controllo di gestione etc.)

