



CREATIVITÀ

**BEAUTY**  
**MARKETING****UP**  
*Principi - Strategie – Strumenti*  
*Donato Di Poce*

# DEFINIZIONI

- “Il marketing è un processo sociale mediante il quale una persona o un gruppo ottiene ciò che costituisce oggetto dei propri bisogni o desideri creando o scambiando prodotti e valori con altri”

(P. Kotler)

- “Il processo attraverso il quale si induce gli altri a dare valore al vostro servizio”

(Churck Heinrich)

- “Il marketing comprende le attività che partecipano alla creazione di utilità di luogo, di tempo, di possesso”.
- “oggetto del marketing, come di ogni attività produttiva, soddisfare i bisogni umani”

(Paul D. Converse)

## DEFINIZIONI (2)

- “Il marketing rappresenta la funzione di raccordo e di interscambio tra l’azienda e il mercato  
(J. Sartori, R. Varaldo)

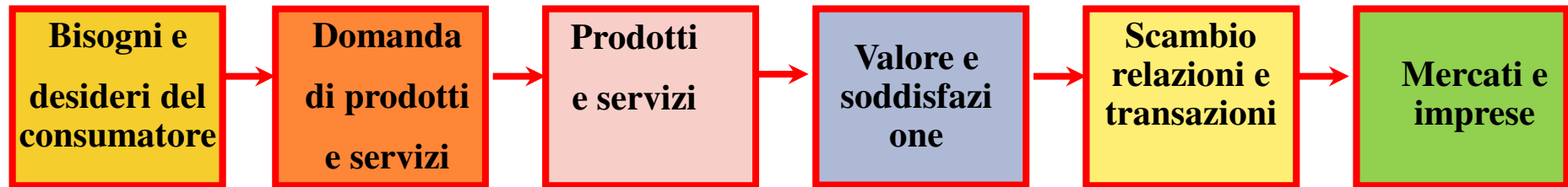
- “Il marketing è così fondamentale che non può essere considerata una funzione separata....Esso è l’intera impresa osservata dal punto di vista del suo risultato finale, cioè dal punto di vista della clientela  
(P. Drucker)

*Marketing **UP** è l’insieme di strategie e azioni di comunicazione, promozione, supporto al nostro prodotto/servizio, che cercano di dare o creare un valore aggiunto per la soddisfazione del nostro Cliente e il rafforzamento del nostro Brand personale e aziendale.*

*( Donato Di Poce)*

# CONCETTI FONDAMENTALI DEL MARKETING

Qualsiasi attività osservata con ottica strategica per la soddisfazione dei bisogni, desideri, scambi e transazioni attraverso l'analisi particolareggiata del mercato e di chi ci sta di fronte



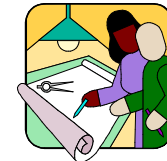
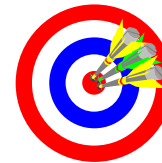
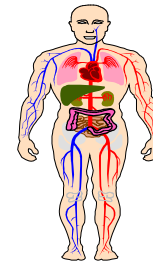
# TUTTE LE AZIENDE FANNO MARKETING

- Si interessano su cosa fanno i concorrenti.
- Si avvalgono della pubblicità.
- Cercano di rendere competitivi i loro prezzi.
- Organizzano manifestazioni e presentazioni pubbliche.
- Avviano campagne promozionali.
- Istruiscono collaboratori alla vendita.
- Si informano sulle mode e le tendenze.
- Cercano di essere cordiali e disponibili con il cliente.
- Allestiscono spazi ospitali per accogliere il cliente.

# MA IN MODO INCONSCIO E DESTRUTTURATO

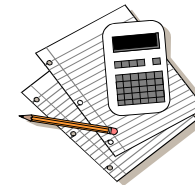
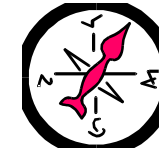
In realtà si tratta di tattiche d'intervento alle quali manca:

- una visione unitaria e sistemica,
- una definizione degli obiettivi,
- una pianificazione delle strategie,
- una programmazione delle azioni.



# IL MARKETING CHE SERVE VERAMENTE!

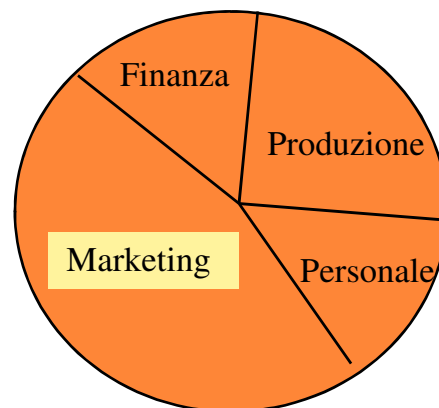
- È di tipo consulenziale-formativo.
- Insegna all'imprenditore a leggere gli eventi che influenzano la sua attività.
- Offre un metodo e una guida di condotta semplificati.
- Mette a disposizione strumenti pratici e deduttivi per comprendere la metodologia.
- Coinvolge tutte le aree funzionali dell'impresa.
- Conserva validità nel tempo.



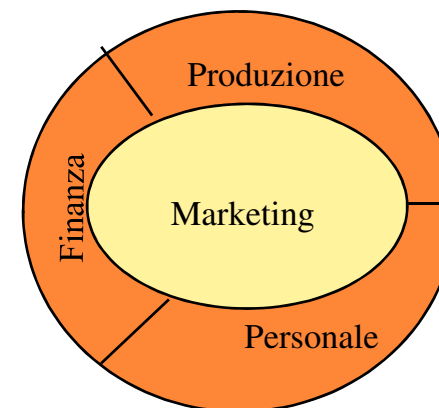
# EVOLUZIONE DEL RUOLO DEL MARKETING NELL'IMPRESA



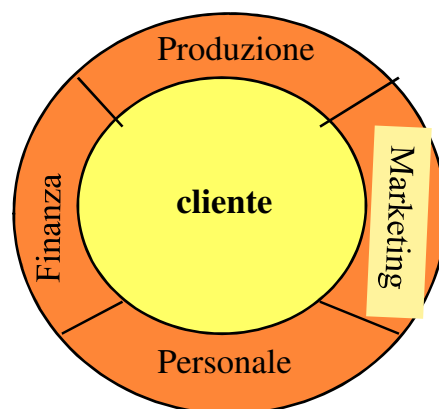
Il Marketing allo stesso livello delle altre funzioni



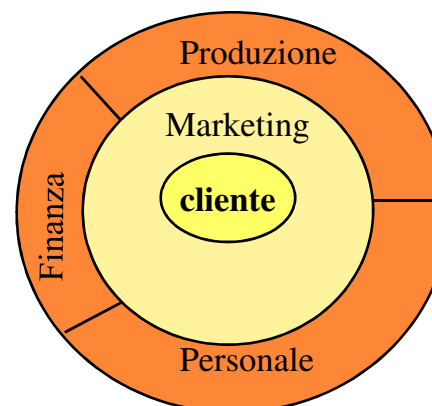
Il Marketing come funzione più importante



Il Marketing come funzioni centrale



il cliente come funzione di controllo



il cliente come funzione di controllo e il marketing come funzione integrativa



# Evoluzione Storica Concetti di Marketing

