

Sommario

PARTE PRIMA Le fondamenta del marketing	1
CONCETTO 1 La filosofia del marketing	3
CONCETTO 2 Orientamento di marketing	9
CONCETTO 3 Il marketing mix	15
CONCETTO 4 Strategie di fidelizzazione	23
CONCETTO 5 Marketing ed etica	31
CONCETTO 6 Marketing come concetto, funzione o processo	39
CONCETTO 7 Marketing a livello globale	45
PARTE SECONDA Tipologie di marketing	55
CONCETTO 8 Il marketing dei prodotti di consumo	57
CONCETTO 9 Il marketing dei prodotti industriali	65
CONCETTO 10 Il marketing dei servizi	71
CONCETTO 11 Il marketing dei prodotti tecnologici avanzati	79
CONCETTO 12 Il marketing dei beni capitali	85
CONCETTO 13 Trade marketing	91
CONCETTO 14 Category management	97
CONCETTO 15 Marketing relazionale	103
CONCETTO 16 Marketing internazionale e globale	109
PARTE TERZA Il marketing nell'era digitale	117
CONCETTO 17 Internet marketing	119
CONCETTO 18 Marketing nei social media	129
CONCETTO 19 Mobile marketing	137
CONCETTO 20 Database per il marketing	145
PARTE QUARTA Capire i clienti	153
CONCETTO 21 Comportamento di acquisto del cliente	155
CONCETTO 22 Comportamento di acquisto interaziendale	163
CONCETTO 23 Segmentazione del mercato	171
CONCETTO 24 Segmentazione del mercato internazionale	179
PARTE QUINTA Comprendere i mercati	185
CONCETTO 25 Marketing, informazione e ricerca	187
CONCETTO 26 Preparazione di un brief di ricerca	195
CONCETTO 27 Indagare il mercato	199
CONCETTO 28 Come strutturare un'analisi SWOT	205
CONCETTO 29 Analisi della concorrenza	213
CONCETTO 30 La Matrice di Boston	219
CONCETTO 31 La Matrice di Politica Direzionale	225
CONCETTO 32 La Matrice di Ansoff	233
PARTE SESTA Gestione del marketing mix	241
CONCETTO 33 Il branding	243

CONCETTO 34 Il ciclo di vita del prodotto	249
CONCETTO 35 Diffondere l'innovazione	257
CONCETTO 36 Sviluppo di nuovi prodotti	263
CONCETTO 37 Strategie di prezzo	271
CONCETTO 38 Scelta del prezzo	279
CONCETTO 39 Promozione delle vendite	285
CONCETTO 40 Pubblicità	291
CONCETTO 41 Pubbliche relazioni	297
CONCETTO 42 Sponsorizzazione	303
CONCETTO 43 Vendita diretta	311
CONCETTO 44 Gestione del personale di vendita	317
CONCETTO 45 Key account management	325
CONCETTO 46 Implementazione del KAM	333
CONCETTO 47 Strategia di canale	339
CONCETTO 48 Gestione del canale	345
CONCETTO 49 Strategie di servizio alla clientela	351
CONCETTO 50 Integrazione multicanale	357
CONCETTO 51 Comunicazione integrata di marketing	363
PARTE SETTIMA Pianificazione e controllo	369
CONCETTO 52 Previsione delle vendite	371
CONCETTO 53 Pianificazione del marketing	377
CONCETTO 54 Ostacoli ai sistemi di pianificazione del marketing	385
CONCETTO 55 Pianificazione del prodotto a livello internazionale	391
CONCETTO 56 Struttura dell'organizzazione e marketing	397
CONCETTO 57 Budget per il marketing	405
CONCETTO 58 Aspetti giuridici del marketing	411
CONCETTO 59 Due diligence e marketing	417
CONCETTO 60 Metriche di marketing	423