

# Principi di Marketing

Gp.Studios – Via del Cavone 7, 47100 Forlì – tel e fax 0543 84099 – [www.gpstudios.it](http://www.gpstudios.it) – info@gpstudios.it

# Che cos'è il Marketing:

È la funzione tecnica dello scegliere  
**cosa vendere**  
**a chi vendere**  
**come vendere**

Programmare una serie di azioni tecniche al fine di raggiungere un obiettivo attraverso la soddisfazione dei bisogni del cliente e traendo profitto per l'azienda

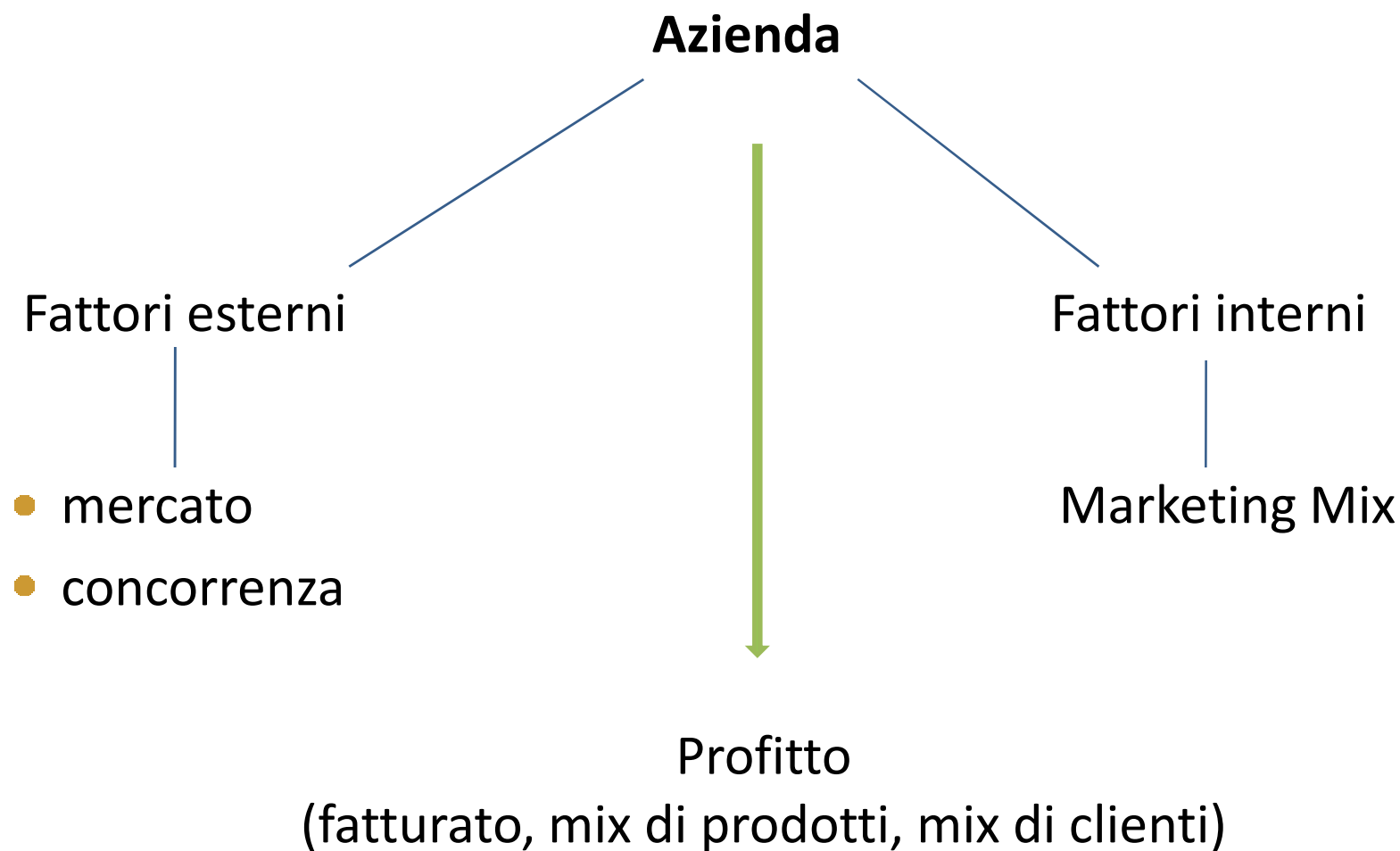
Per ottenere risultati soddisfacenti è necessario  
*mutare* il nostro approccio alla vendita

Linee guida dell'evoluzione

**anni '50:** produzione massiccia per raggiungere volumi di  
affari

**oggi:** l'azienda ascolta i bisogni dei clienti e risponde alle sue  
esigenze specifiche

Gp.Studios – Via del Cavone 7, 47100 Forlì – tel e fax 0543 84099 – [www.gpstudios.it](http://www.gpstudios.it) – [info@gpstudios.it](mailto:info@gpstudios.it)



## Legge delle 6 P

- **P**rodotto
- **P**rezzo
- **P**romozione
- **P**osizionamento (location)
- **P**osizionamento (target)
- **P**ersone

in un piano di  
marketing  
devono  
esserci tutte

### Marketing Plan: fissare gli obiettivi

- Analisi della domanda e situazione socio-economica
  - Analisi della concorrenza
  - Determinazione target
  - Analisi situazione interna
  - Definizione obiettivi
  - Definizione del prodotto
  - Politica dei prezzi
  - Layout operativi
  - Pubblicità-Promozione- Pubbliche relazioni
  - Controllo qualità
- 
- A diagram consisting of a blue triangle pointing to the right. The left vertex of the triangle is positioned to the right of the text 'Analisi situazione interna'. Three lines extend from this vertex to the right, ending at the words 'spazi', 'risorse', and 'forza lavoro' respectively, which are arranged vertically.

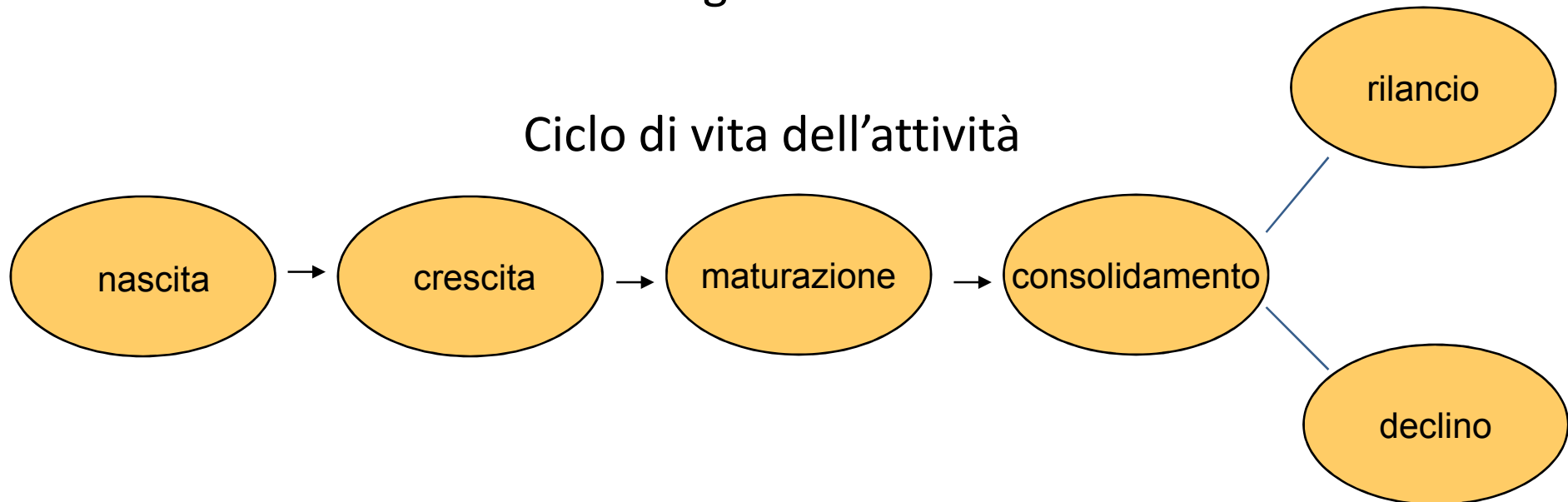
### Scala dei **bisogni** :

- bisogno di **autorealizzazione**
- bisogno **fisiologico**
- bisogno di **sicurezza**
- bisogno **sociale**
- bisogno di **stima**

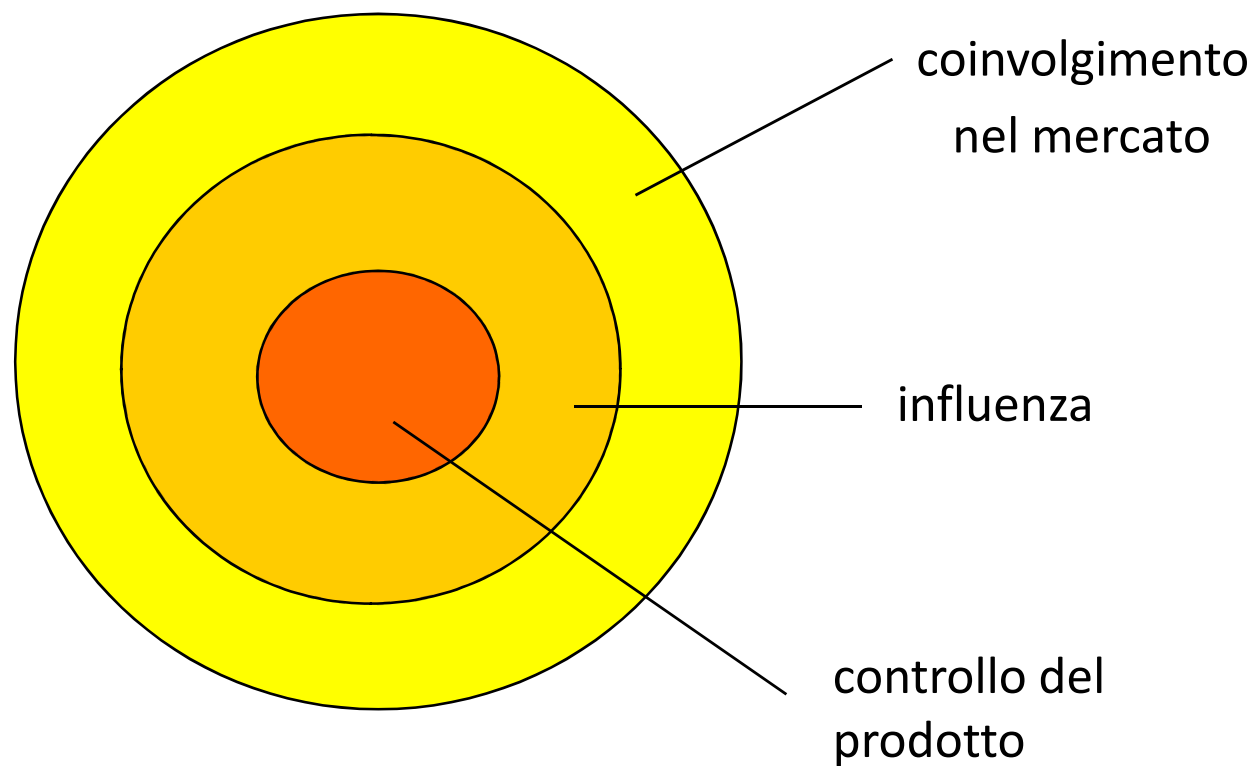
## Strategia di promozione

Ogni strategia di promozione va impostata  
tenendo sempre presente la scala  
dei bisogni del cliente

### Ciclo di vita dell'attività

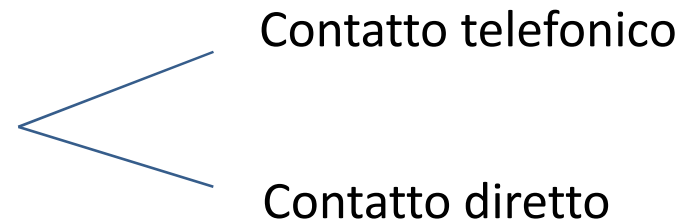


## Le tre Sfere



## Vendere = comunicare

Con il saluto si crea un RAPPORTO



Una volta creato il rapporto si procede alla vendita diretta

**attiva**

**passiva**

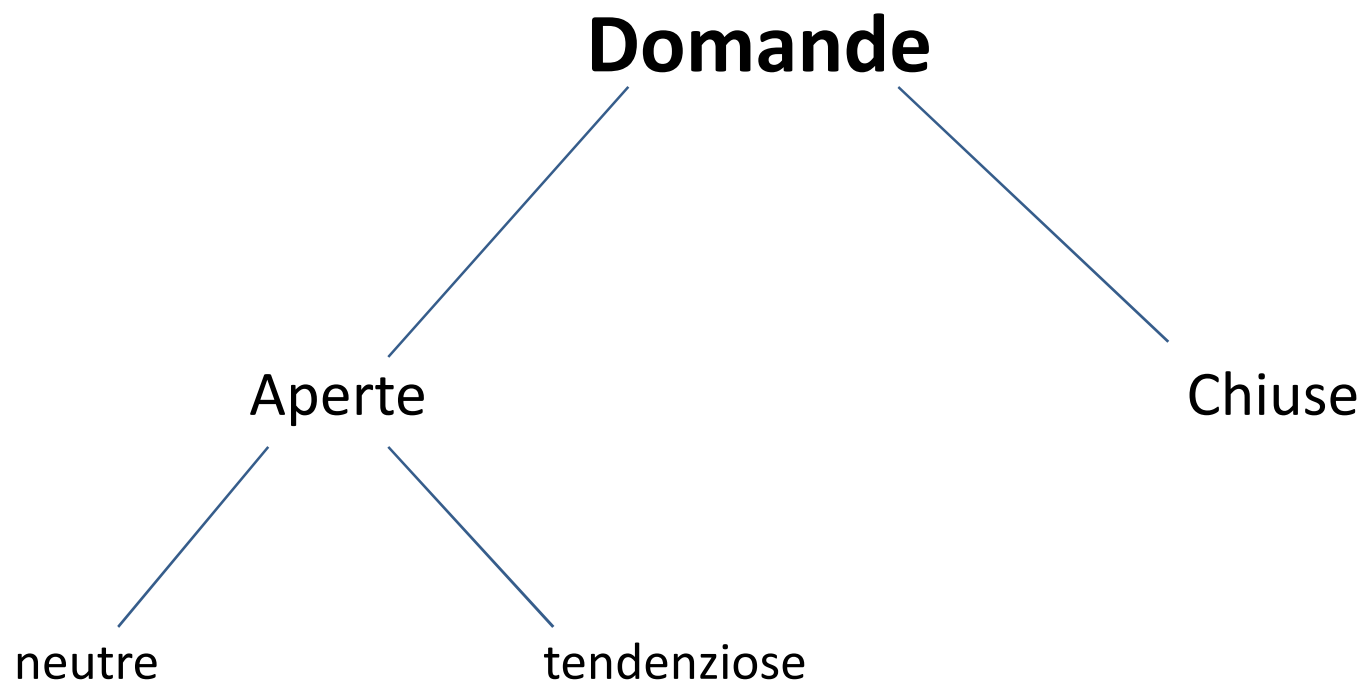
Genera curiosità nel  
cliente

Inutile

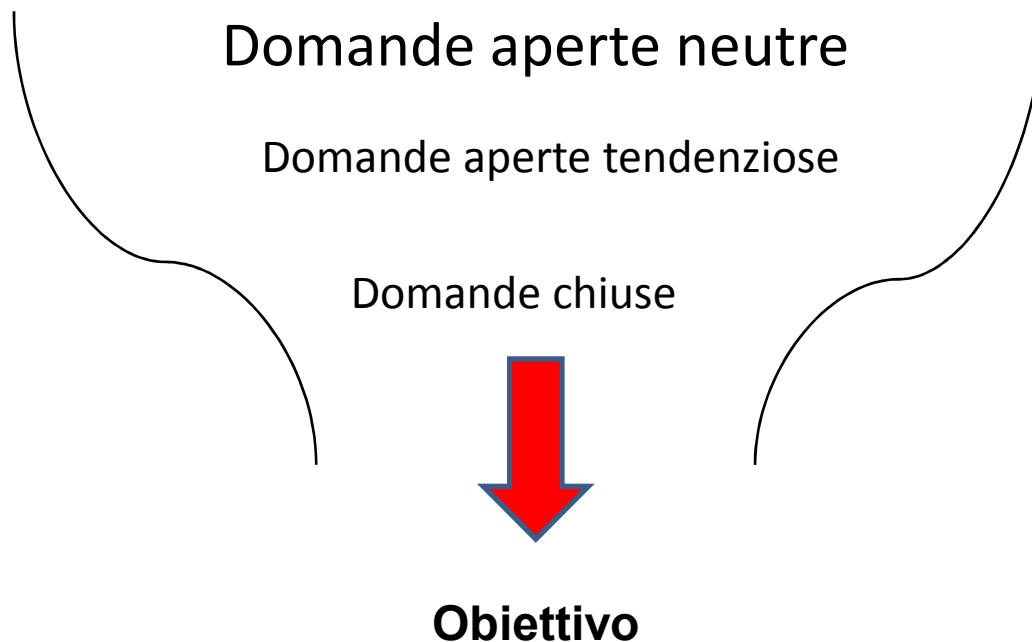
Ottimizzando

l'occupazione delle camere

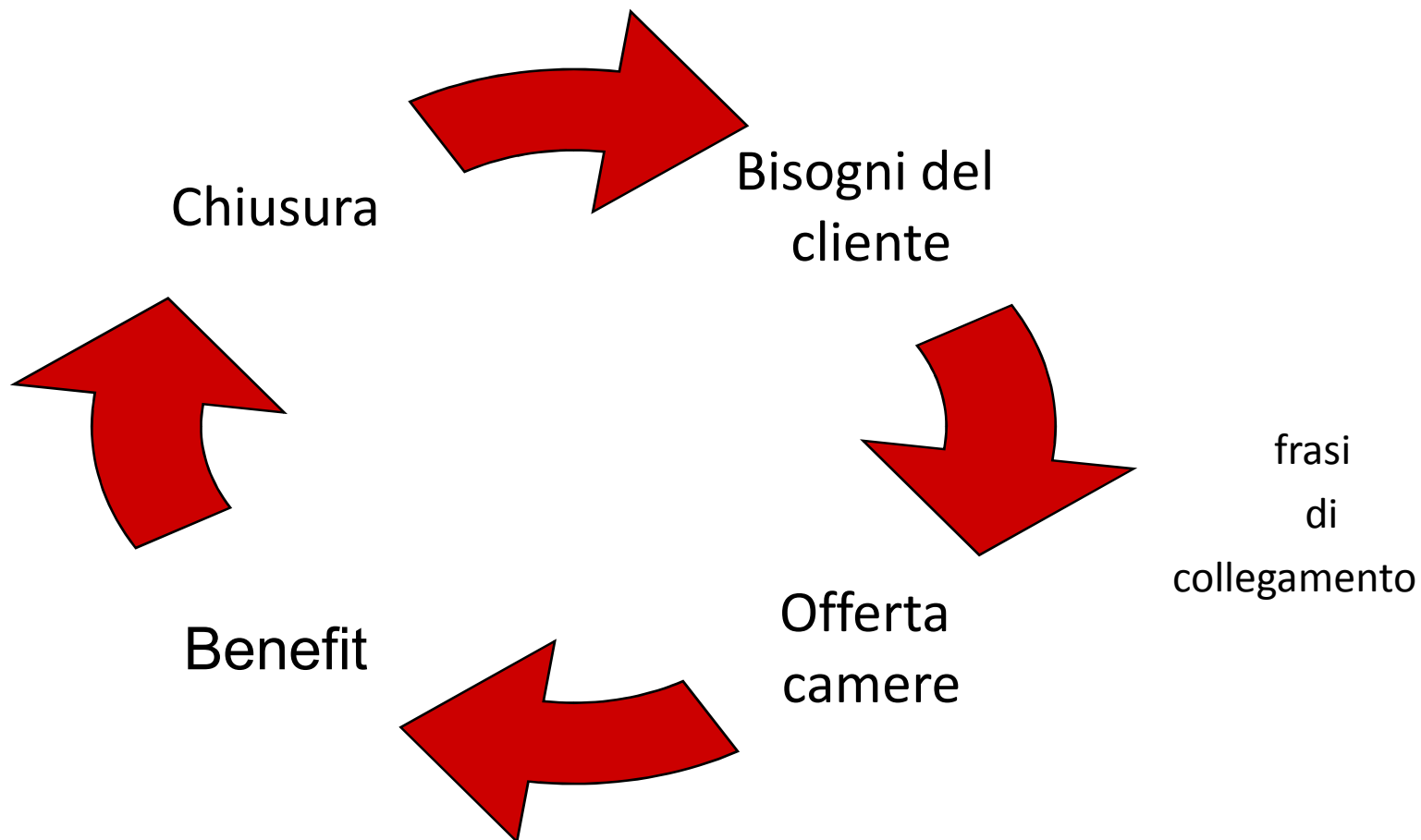
**Tecniche di vendita attiva:**  
capire cosa desidera il cliente tramite domande



## Tecnica dell'imbuto



## Tecnica della ruota



### Comunicare e vendere il proprio prodotto

- Presentazione multimediale o cartacea per operatori (fit rates, confidential, foto...)
- Micro presentazione per portali
- Brochure: generica ed istituzionale
- Sito web
- Newsletter