



## LA LEZIONE DI KOTLER

### I sintomi e le cure del secondo peccato

di Danilo Arlenghi\*

Anche questa settimana procediamo nell'analisi dei "peccati capitali del marketing" così come li ha teorizzati uno celebre studioso della materia. In particolare, il secondo peccato capitale individuato da Kotler è:

*L'impresa non conosce a fondo i clienti obiettivo. Non ne ha quindi una visione chiara. I sintomi sono:*

- L'ultima analisi dei clienti è stata effettuata tre anni fa o più

- Non si realizzano le previsioni di vendita del prodotto; i concorrenti vendono di più

- Si registra un elevato numero di rese e di lamentele da parte dei clienti

Le cure sono:

1. svolgere una ricerca più accurata sui consumatori (sondaggi, focus group, interviste approfondite, ricerche nei p.v., ricerche a casa degli acquirenti, mystery shopping)

2. Utilizzare tecniche più analitiche per elaborare dati per valutare le esigenze, le percezioni, le preferenze ed i comportamenti (ricerche etnografiche) dei consumatori

3. Creare panel (gruppo di ascolto fisso rappresentativo del target) di clienti e rivenditori

4. Installare un software CRM e utilizzarlo per la ricerca e l'immagazzinamento dei dati più significativi

Nel prossimo numero sarà analizzato il terzo peccato capitale del Marketing così definito da Philip Kotler.

\*Presidente

di Party Round

Event&Promotion service

## battutario

### Pensierini sulla musica dell'uomo di marketing

- Detesto la musica garage, soprattutto quando la suonano

- Qualcuno parla mentre dovrebbe cantare: questo è il rap

- Istruzioni per l'ascolto dell'hard-rock: date la serata libera al cervello.

- Deve essere vero quello che si dice: che la "Tecno" sta morendo. Altrimenti come spiegare i suoni strazianti che emette.

## UNA NUOVA OPPORTUNITÀ PER I SOCI DELLA NOSTRA ASSOCIAZIONE

# Il Club al Global Marketing 2005 presenzierà con un proprio corner

Nuova opportunità per i soci del Club del Marketing e della Comunicazione, per creare direttamente new business. In programma per il 16 e 17 marzo 2005 a Sestri Levante, Genova, presso la Fondazione

Mediateraneo, la sesta edizione di Global Marketing un evento che sa essere il momento d'incontro tra le figure decisionali. L'ormai consolidata formula organizzativa alterna incontri programmati e momenti in aula durante i quali approfondire tematiche specifiche. Le due giornate di lavoro permetteranno un confronto reale e costruttivo tra gli specialisti del settore e aziende interessate a conoscere soluzioni per il proprio

business. Le figure coinvolte nell'evento sono: Direttori Marketing, Responsabili Comunicazione, Brand Manager, Responsabili Commerciali, Responsabili

Relazioni Esterne.

Tutti i partecipanti seguiranno un percorso personalizzato diviso tra incontri e sessioni del programma conferenze e potranno anche durante i momenti liberi o conviviali, confrontarsi con colleghi e professionisti del settore. Diversi i vantaggi per i partecipanti. Per le agenzie e le società, il logo sul sito global marketing con link. La presentazione a colori sull'annuario Global marketing 2005 distribuito ai partecipanti e

La VI° edizione dell'evento si svolgerà il 16 e il 17 marzo a Sestri Levante

inviato a 1.000 società selezionate; la pianificazione agenda; lo stand allestito uso ufficio; l'ottimizzazione risorsa tempo; la grande visibilità. Diversi vantaggi anche per i visitatori. Ricevimento in anteprima dell'annuario Global marketing; pianificazione agenda; partecipazione alle conferenze e all'incontro-laboratorio; ottimizzazione risorsa tempo. Il Club del Marketing e della Comunicazione in collaborazione con Global Corporate, offre uno sconto del 15 % ai soci che intendono partecipare a queste due giornate di contatto e formazione. Per maggiori informazioni contattate: Global Corporate Srl - Segreteria Organizzativa Via Sansovino 217 - 10151 Torino Tel. +39 011 37 16 856, Fax + 39 011 3819 055 Marco Sandrone.

## APPROFONDIMENTO

segue p/2

### Fleishman-Hillard entra in Assorel

"Accogliamo con grande soddisfazione l'ingresso in Assorel di un importante nome internazionale come Fleishman-Hillard," commenta Franco Guzzi - Presidente Assorel - che aggiunge: "Questa nuova adesione conferma la tendenza, già rilevata nel 2004, dello sviluppo della Associazione e della sua rappresentatività. Inoltre Fleishman-Hillard rafforza in Assorel la presenza dei maggiori network internazionali; la sua adesione è un ulteriore stimolo a consolidare le nostre iniziative per proseguire nel consenso che l'Associazione sta ricevendo dalle Agenzie di Relazioni Pubbliche." Fleishman-Hillard è presente in Italia dal 1996 e fa parte di un network leader a livello mondiale nelle relazioni pubbliche che

opera con 83 sedi in Nord America, America Latina, Europa, Asia e Sud Africa. Fleishman-Hillard Italia offre consulenza di comunicazione a clienti locali, nazionali e internazionali. Le sue competenze spaziano dalla comunicazione istituzionale alla comunicazione di prodotto, offrendo tutti i servizi di relazioni pubbliche con particolare attenzione alle media relations e alla consulenza strategica. Al Senior Vice President e Managing Director Ariberto Necchi della Silva, si affiancano Ariel Mafai Giorgi Deputy Managing Director, responsabile Divisioni Consumer & Technology Communications, Rosie Clerici Vice President, responsabile divisione Corporate Communications "Essendo

## EVENTO CLUB DA NON PERDERE

### Il marketing e la comunicazione del lusso

Il Club ha programmato per il 16 Febbraio dalle ore 18,30 un evento top in tutti i sensi: per la location: la boutique Laliqne in C.so Matteotti 3 a Milano; per i relatori: Dir. mktg Bentley Milano; Ass. Event Man. Parfume e Cosmetique (Gruppo LVMH); Dir. Comm. Nielsen Media Research; Dir. Mktg Yves Saint Laurent; Dir Ven. Area Nord Perrier Jouet; Dir. Gen Classic Yacht Management. Interverranno: Carlo Giovannelli e Caterina Della Torre; per gli argomenti: i prodotti di alta gamma lusso; per l'interesse suscitato nella Marcom Community. Indispensabile la prenotazione Per informazioni e prenotazioni: Dot.ssa Barbara Pingue - Segretario Generale Club, tel. e fax 02/2610052 info@clubdelmarketingedellacomunicazione.com.

## Sapete che...

### In uscita edizione 2005 Atlante comunicazione

Sotto la direzione di Fabrizio Castaldi, realizzato con il patrocinio delle principali associazioni di categoria, e con la partecipazione del Club del Marketing e della Comunicazione, è in uscita L'Atlante della comunicazione 2005. Prenotazioni: [www.comunicazioneitaliana.it](http://www.comunicazioneitaliana.it)

### In uscita edizione 2005 Agenda del giornalista

E' uscita in questi giorni l'edizione 2005 dell'"Agenda del Giornalista". Uno strumento indispensabile per chi lavora nel mondo della Comunicazione e dell'Informazione, per le redazioni dei giornali e degli uffici stampa. Per prenotazioni: 06 69291253.

### Spazio Pr, un cd rom con «profili influenti»

E' in arrivo il cd-rom interattivo Spazio PR-Profilo Influente in omaggio con Spazio Pr-Opinion Leaders. Il cd contiene: 2000 foto e curriculum di esponenti del mondo istituzionale e associativo e quasi 500 interviste ai presidenti delle principali associazioni di categoria.

## Media relations e communication

Un workshop per i professionisti di settore organizzato col contributo del Club

Il workshop in "Media Relations & Communication" è stato creato, in collaborazione con il Club del Marketing e della Comunicazione e con il patrocinio dell'associazione GSA (Giornalisti Specializzati Associati), dalla Guida di Giornalismo "superEva" e l'AGE (Agenzia Giornalistica Europa): agenzia di stampa che, in quasi 36 mesi, ha fatto il suo ingresso nel novero delle cinque maggiori agenzie di stampa on line del Belpaese.

Il coordinamento e la docenza sono stati affidati da AGE alla dott.ssa Simona Petaccia: Guida di Giornalismo per il portale "superEva".

**Obiettivi.** Il workshop Media Relations & Communication si propone di formare delle figure professionali che siano in grado di utilizzare gli strumenti e le tecniche più innovative per attirare l'attenzione dei propri pubblici di riferimento; gestire la comunica-

zione esterna, sia per stabilire nuove partnership sia per promuovere un nuovo prodotto/servizio; provvedere alla comunicazione interna rivolta ai propri colleghi; promuovere l'immagine aziendale.

**Destinatari.** Chi già opera nella

Comunicazione e chi ambisce a lavorarci, ma l'ammissione sarà limitata a un numero massimo di 20 partecipanti e subordinata al vaglio dei curricula fino a esaurimento dei posti.

**Durata.** Si svilupperà in un weekend (4 - 5 - 6 febbraio 2005), 20 ore divise in 3 moduli didattici.

**Investimento previsto.** La quota di iscrizione è di euro 600,00 (IVA esclusa) a persona e comprende anche la collana completa della "Agenda del Giornalista 2005" (composta di 3 volumi: Agenda del Giornalista - Medianonda - Internet Mediasurfer) del valore di euro 99,00, oltre che la dispensa del corso.

**Per prenotazioni:** Simona Petaccia c/o l'agenzia giornalistica "AGE - Agenzia Giornalistica Europa" Via Passariello n° 4, 80038 Pomigliano d'Arco (NA); Tel +39 (081) 8843873; Fax +39 (081) 8440609; e-mail s.petaccia@agenews.it.

### Flash news dal Club

**E' partita dal 15 Gennaio la nuova operazione "Socio chiama Socio", una nuova iniziativa per far aumentare gli iscritti al club. Chi tra i soci presenterà più nuovi iscritti nel periodo 15 gennaio-15 febbraio 2005 vincerà un biglietto di tribuna per uno di questi incontri top di calcio: INTER-MILAN; JUVE-INTER; MILAN-JUVE offerti dal socio Massimo Limonta della società Esatour, Incoming Tour Operator. Per info: Barbara Pingue - Segreteria Generale Club - tel. 02/2610052**

### SPIGOLATURE

#### DOL'S: IL PORTALE DELLE DONNE ON LINE

Da giugno '99, dols.net, il portale delle donne on line, creato dalla nostra socia Caterina Della Torre, è diventato un importante punto di riferimento per le italiane che navigano in rete. E' infatti uno spazio dedicato alle donne - fatto da donne - dove trovare notizie, contatti, opportunità spunti di divertimento, di riflessione e occasioni di confronto. [www.dols.it](http://www.dols.it).

#### QUADERNO DI ADV EXPRESS SU PUBBLICITÀ ESTERNA

Fine febbraio 2005 vedrà la pubblicazione del volume de I Quaderni della Comunicazione dedicato alla Pubblicità Esterna, o meglio all'Out of Home. **Prima parte, lo scenario: Il mercato**, il fenomeno raccontato dalle sue cifre; **seconda parte: gli itinerari consigliati**, **terza parte, l'esterna in tasca**, una sorta di "pagine gialle" dell'esterna.

#### POSTALMARKET PRESENTA LE NOVITÀ 2005

Il 7 febbraio è previsto il lancio di Postalmarket Pocket, "una novità nel mercato italiano delle vendite per corrispondenza. Postalmarket Pocket è una selezione del catalogo Spring 2005, piccola, leggera, facilmente trasportabile. In totale circa un milione 250 mila famiglie italiane saranno raggiunte dal marchio Postalmarket nell'arco di due settimane.

per i nostri soci

### Usare le mappe per training aziendale

Scatole Pensanti in collaborazione con Amicucci Formazione, propone la prima edizione del corso "Usare le mappe per il training aziendale". Gli Associati Club del Marketing e della Comunicazione potranno godere di uno sconto del 15% sui prezzi del corso

Pensato per approfondire i temi dell'organizzazione della prassi formativa e le attività di valutazione, tipiche dell'ambito aziendale, il corso sarà attivo dal 31 gennaio 2005 al 23 Marzo 2005 e sarà fruibile grazie ad un'aggiornatissima piattaforma di formazione a distanza, [www.formazione-mappe.it](http://www.formazione-mappe.it).

Lo scopo è di fornire a formatori e consulenti:

- una completa panoramica delle caratteristiche delle mappe come strumento per la costruzione del pensiero e la sua rappresentazione,
- riflessioni sull'impiego delle mappe mentali, delle Solution Map® e del MindManager® nell'ambito del training aziendale,
- soluzioni pratiche per la gestione delle attività formative.

Il corso sarà attivo dal 31 gennaio 2005 al 23 Marzo 2005 e sarà fruibile grazie ad un'aggiornatissima piattaforma di formazione a distanza, [www.formazione-mappe.it](http://www.formazione-mappe.it).

Per ulteriori informazioni : dott.ssa Giovanna Mancini - tel 0733 686382 - cell. 349 5376174 - email : [gjo@scatolepensanti.it](mailto:gjo@scatolepensanti.it)

Per l'iscrizione al corso : [www.scatolepensanti.it/redirect/sh-folfor.htm](http://www.scatolepensanti.it/redirect/sh-folfor.htm).

## il libro

### LE BASI DELLA PNL DI MARCO MANCINELLI.

Il socio Marco Mancinelli marketing and communication specialist, editorialista e consulente aziendale ha scritto un libro dal titolo: **Le basi della PNL - La programmazione neuro-linguistica nel mondo del lavoro.** Il volume edito da Finson è uno strumento per imprenditori e manager che vogliono migliorare le loro prestazioni professionali e l'approccio mentale e caratteriale alle sfide della vita lavorativa quotidiana. Il Manuale illustrerà come intraprendere un percorso di PNL per acquisire valori funzionali alla gestione del proprio rapporto con gli altri. Inoltre indicherà un metodo flessibile orientato ad indagare se stessi e gli altri.

## APPROFONDIMENTO

Fleishman-Hillard una delle primarie società di rp a livello mondiale - ha affermato Ariberto Necchi della Silva, Amministratore Delegato Fleishman-Hillard - trovo naturale che aderisca all'Associazione cui storicamente fanno riferimento le principali agenzie italiane. Il nostro approccio ("avere per i nostri clienti lo stesso valore che essi hanno per

noi") ben si coniuga con l'obiettivo di Assorel

Assorel è l'associazione italiana delle Agenzie di Relazioni Pubbliche a servizio completo fondata nel 1982 che raggruppa i maggiori operatori del settore in Italia. Assorel aderisce a FITA-Confindustria. I 43 soci Assorel sviluppano un giro d'affari pari a circa 100 milioni di euro in puri

onorari professionali, impiegando quasi 1.000 addetti. Le strutture operative dei soci Assorel sono presenti a Milano, Torino, Genova, Bologna, Pescara e Roma.

**FONTE :** Direttore Generale Assorel - Alessandro Costella  
Per informazioni: Segreteria Assorel - Tel. 02.70.10.07.04 - Fax 02.70.10.54.14

segue da pag. 1

## ILFOGLIETTO

DEL CLUB DEL MARKETING E DELLA COMUNICAZIONE

**Supplemento a IlFoglioletto**  
Agenzia di informazione on line  
Reg. Trib. Roma num. 136/2004  
dell'8/4/2004

Editrice: Nameless srl  
Anno I numero 3

• Direttore responsabile **Maurizio Sgroi**

Redazione via Flavia 47 - Roma -

email: [redazione@ilfoglioletto.it](mailto:redazione@ilfoglioletto.it)

• Progetto editoriale : **Bios**

• Contenuti forniti dal Club del Marketing