



UN'ALTRA LEZIONE DI KOTLER

I sintomi e le cure del terzo peccato

di Danilo Arlenghi*

Il terzo peccato capitale individuato da Kotler è: l'impresa deve definire e monitorare meglio i suoi concorrenti. I sintomi:

- *L'impresa si concentra troppo sui suoi concorrenti immediati e ignora quelli lontani e le "tecnologie dirompenti".*

- *L'impresa non dispone di un sistema per la raccolta e la divulgazione di informazioni strategiche (competitive intelligence). Le cure proposte:*

- *Nominare una persona o un ufficio responsabile della "competitive intelligence" per meglio raccogliere e divulgare le informazioni strategiche ad ogni livello aziendale.*

- *Assumere dipendenti che abbiano lavorato presso concorrenti per meglio capire la logica che guida i suoi pensieri e le sue azioni*

- *Prestare attenzione a ogni nuova tecnologia potenzialmente in grado di soppiantare una sua offerta o un suo processo produttivo.*

- *Considerare le tecnologie innovative come opportunità di investimento per garantirsi un futuro.*

- *Predisporre offerte simili a quelle dei concorrenti, rendendosi conto che sul mercato esistono svariati posizionamenti. Eccone alcuni esempi: 1) di meno a molto meno, 2) lo stesso a meno, 3) lo stesso per lo stesso prezzo, 4) lo stesso a prezzo più elevato, 5) di più per lo stesso prezzo, 6) di più a maggior prezzo. Non è opportuno, tuttavia, che un'impresa proponga un'offerta in tutti i sei livelli. Nel prossimo numero sarà analizzato il quarto peccato capitale del Marketing.*

*Presidente di Party Round Event&Promotion service

battutario

Alcune ingiurie creative per l'uomo di marketing

- Una testa come la tua non la si sostiene con il colletto della camicia, ma con il cavallo dei pantaloni.

- Vorrei entrare nel tuo cranio per provare la sensazione del vuoto.

- Non dimentico mai una faccia, ma nel tuo caso farò un'eccezione.

- Sei il tipo di persona che si incontra una sola volta nella vita. Se sei proprio sfortunato due.

NIGHTLIFE DEL CLUB CON ELITE 42 PER AUMENTARE GLI INCONTRI FRA SOCI

Tutti al Toqueville, Gioia 69 e Luminale i locali milanesi dei marketing manager

Il club ha realizzato una stretta collaborazione con Elite42.com l'esclusivo sito della società diretta dal socio Gianfranco D'Agostino (in arte Jeff) infaticabile organizzatore di eventi mondani notturni milanesi.

Al fine di incrementare le occasioni di incontro dei soci, la Presidenza ed il Consiglio Direttivo Nazionali, hanno ritenuto valido, utile, interessante e piacevole partecipare anche agli incontri notturni organizzati da Elite42, nei locali più alla moda e prestigiosi di Milano. La nightlife milanese proposta da Gianfranco D'Agostino è particolarmente attiva, creativa, molto selezionata ed attenta ai pubblici trend tender/setter come quello del

marketing e della comunicazione, per antonomasia il più "modaiolo". Ogni appuntamento sarà comunicato tramite newsletter o pubblicato sul Foglietto del Club o su Marketing Journal.

Presto l'iniziativa verrà esportata anche in altre città italiane

All'ingresso basterà presentarsi come socio del Club ed all'interno "Jeff" riserverà una area "privè" per il Club. Il primo appuntamento ha

riscosso un successo inaudito: più di 350 soci e amici dei soci hanno affollato il Luminale nuovo tempio della mondanità meneghina. I prossimi incontri sono: Sabato 12 Febbraio dalle ore 21,00 per cena o dalle 23,00 per dopo cena al Toqueville Privè in Via A. di

Toqueville n.13 a Milano. Lunedì 14 Febbraio dalle ore 22,00 al Gioia 69 in via Melchiorre Gioia 69 a Milano e Martedì 15 Febbraio dalle ore 22,00 per il dopo cena al Luminale in Via Monte Grappa 14 a Milano.

I dirigenti nazionali del Club si stanno prodigando per offrire lo stesso servizio e le stesse opportunità di incontri mondani serali e notturni anche ai soci di altre città italiane Per Info e Prenotazioni:

Jeff, (Gianfranco D'Agostino) tel. cell. 3470946723 e-mail: jd@elite42.com

oppure Barbara Pingue Segreteria generale Club Tel e fax 02 2610052 info@clubdelmarketingedellacomunicazione.com Buon divertimento.

APPROFONDIMENTO

segue p/2

Stagisti per le aziende dei soci del Club

La società Centro Studi Comunicare l'Impresa, con sede principale a Bari e con filiali nelle maggiori città italiane, specializzata in corsi di formazione professionale post laurea e master di specializzazione, ha siglato un accordo con il Club del Marketing e della Comunicazione, che prevede da parte del Centro Studi la fornitura di stagisti alle aziende e agenzie del Club e da parte del Club l'utilizzo degli stagisti forniti dal Centro Studi Comunicare l'Impresa.

Trattasi di stagisti, altamente qualificati e precedentemente selezionati ad hoc da esperti. Questi stagisti, tutti laureati, con ottime votazioni che denotano la qualificazione umana e la spiccata propensione all'attività professionale,

saranno disponibili ad essere inseriti nella tua struttura gratuitamente per 3 mesi consecutivi (per un totale di 500 ore), a partire dal 1 febbraio 2005, dopo aver concluso il Master in "Organizzazione di eventi e turismo congressuale".

Riteniamo per te essere una operazione proficua, economicamente parlando, per l'utilizzo gratuito di figure umane e professionali assolutamente garantite sia dalla nostra società sia dalla direzione del Club del Marketing e della Comunicazione.

Durante tutto l'arco dell'anno il Centro Studi Comunicare l'Impresa fornirà stagisti alla società e aziende del Club con le stesse modalità e tempistiche al fine di essere un vero partner operati-

EVENTO CLUB DA NON PERDERE

Il Marketing e la Comunicazione del lusso

Il Club ha programmato per Mercoledì 16 Febbraio dalle ore 18,30 un evento top presso la boutique Lalique in C.so Matteotti 3 a Milano. Alle ore 18,30-19,00 Welcome desk con cocktail di benvenuto. Alle ore 19,00 -19,20 Presentazione sponsor ore 19,20 Conferenza: il marketing e la comunicazione del Lusso. 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 Joutet; Dir. Gen Classic Yacht Management. Interverranno: Carlo Giovannelli e Caterina Della Torre per esporre i risultati di due ricerche sul lusso Indispensabile la prenotazione. Per informazioni e prenotazioni: Barbara Pingue -Tel. 02/2610052 info@clubdelmarketingedellacomunicazione.com.

Sapete che...

Ocse, +2,8 i prezzi al consumo a dicembre

I prezzi al consumo nell'area Ocse sono saliti del 2,8% nei dodici mesi terminati a dicembre, in leggero rallentamento rispetto al 3% di novembre, grazie soprattutto al raffreddamento dei prezzi energetici (10,9% annuo a dicembre dal 12,6% di novembre)

Siti consigliati dal Club

www.accentirosa.net
www.advexpress.it
www.comunicazioneitaliana.it
www.comunitazione.it
www.datasport.it
www.iltuoevento.it
www.lupetti.com
www.partyround.it
www.primaonline.it
www.spazio-rp.it

Domenico Joppolo consulente alla Stampa

Il socio Domenico Joppolo, per tanti anni personaggio simbolo della grande Nielsen, dopo un breve periodo a capo di un Centro Media, da pochi giorni è stato chiamato ad occuparsi del Marketing Strategico della Stampa il quotidiano torinese. Complimenti e auguri.

www.ilfoglioletto.it
Vieni a trovarci.
Puoi ricevere
il nostro giornale
nella tua mailbox.
E' gratis.
E' senza pubblicità.
Esce in tempo reale.

ILFOGLIETTO

del club del marketing e della comunicazione

www.ilfoglioletto.it
Due edizioni quotidiane
sui fatti del giorno.
Edizioni tematiche
ogni settimana.
Sempre gratis.
Sempre senza pubblicità.
Sempre in tempo reale.

numero 4 - mercoledì 9 febbraio 2005

Global Marketing il 16 e 17 Marzo 2005

Una nuova opportunità per i soci del Club: due giorni di lavoro a Sestri Levante

Una 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 (GE) presso la Fondazione Mediterraneo, 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. 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 maggiormente coinvolte sono:

- Direttori Marketing,
Responsabili Comunicazione,
Brand Manager, Responsabili Commerciali, Responsabili Relazioni Esterne.

I partecipanti seguiranno un

percorso personalizzato diviso tra incontri e sessioni del programma conferenze ed avranno i seguenti vantaggi:

Agenzie/società espositrici.
Logo sul sito global marketing con link, Presentazione a colori sull'annuario GLOBAL MARKE-

TING 2005 distribuito ai partecipanti e inviato a 1.000 società selezionate, Pianificazione agenda, Stand allestito uso ufficio, Ottimizzazione risorsa tempo, Grande visibilità.

Visitatori (Manager aziende). Ricevimento in anteprima dell'annuario GLOBAL MARKETING 2005. 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 info:
Global Corporate Srl -
Segreteria Organizzativa
Via Sansovino 217 - 10151
Torino
Tel. +39 011 37 16 856
Marco Sandrone
www.global-marketing.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.

il libro

FARE MARKETING DI MARCO MANCINELLI

Nel suo libro, che presentiamo questa settimana, l'autore, nostro socio nel Club, consulente in Marketing e Comunicazione non solo tratta concetti e termini connessi al Marketing, ma fornisce anche stimoli, idee e percorsi possibili: elementi conoscitivi di immediata utilità per gli affari di tutti i giorni.

Il libro è la naturale conseguenza dell'osservazione dei bisogni reali ed emergenti manifestati dalle piccole, medie e grandi imprese che operano sul territorio. Il marketing è come uno strumento musicale che richiede metodo e creatività: imparate a suonarlo ed eseguirete un buon concerto, un concerto chiamato business. Edito da Finson 02-28311121.

SPIGOLATURE

PUBBLICITA': DISTRUZIONI PER L'USO

A metà strada tra una biografia non autorizzata e un invitante buco della serratura, è uscito il libro rivelazione sul mondo delle agenzie pubblicitarie. Il testo, unico nel suo genere, mostra gelosie, paranoie, frustrazioni e malanni di un mondo che, per definizione, non ama mostrarsi per quello che è. <http://www.comunicazioneitaliana.it>.

ALL'ANIMAL SHOW I CANI CARICANO LA LAVATRICE

Era nota l'intelligenza canina, ma non si era mai pensato che un cane potesse caricare una lavatrice, aprire e chiudere una porta e addirittura raccogliere un portafoglio e consegnarlo alla cassa. all'Esposizione Internazionale Canina, alla Fiera di Milano, nell'ambito di 'Animal Show' sono stati presentati cani capaci davvero di fare di tutto.

UN STAZIONE PERMANENTE SULLA LUNA

In un futuro non troppo lontano la Nasa, costruirà una stazione permanente sulla Luna. Ad annunciarlo il presidente Bush. Saranno necessari almeno 10 anni. Un gruppo di scienziati dell'università di Houston, infatti, è riuscito a costruire una cella solare, indispensabile per la produzione di energia, utilizzando la "regolite" nota come polvere lunare.

APPROFONDIMENTO

vo, proponendo risorse umane funzionali alla crescita stessa di ogni impresa ma a costi zero, quindi offrendo un'opportunità davvero unica, sicura ed eccezionale. Con la certezza di renderti cosa utile e soprattutto gradita in tempi difficili come questi per il mondo del lavoro in generale e dell'occupazione giovanile in particolare, in attesa di un tuo positi-

vo riscontro in merito cogliamo l'occasione per porgerti distinti saluti.

Per info e contatti Centro Studi Comunicare Impresa
Dario Schirone
Responsabile Stage
Tel uff. 080 5026844 - Fax 080 5026892
Tel cell 347 6106295
E-mail : mailto:stage@comunica-

reimpresa.com
www.comunicareimpresa.com
Per maggiori info e contatti:
Club del Marketing e della Comunicazione;
Barbara Pingue
Segretario Generale Nazionale
Tel uff. 02 2610052
Tel cell 338 9005227
E-mail : mailto:info@clubdelmarketingedellacomunicazione.com.

per i nostri soci

Accordo e convenzione Fra il Club e l'Avis

Avis Autonoleggio ha stretto con il Club una partnership operativa vantaggiosa. Per questo è lieta di comunicare ai Soci del Club la possibilità di accedere ai servizi di noleggio auto e furgoni a condizioni preferenziali. Basta comunicare al momento della prenotazione il codice riservato ai Soci del Club del Marketing : AWD Z461501, chiamando il Centro Prenotazioni al numero 199 100 133 (numero soggetto a tariffazione specifica). Avis Autonoleggio desidera riservare a tutti i soci del Club delle condizioni di noleggio auto e furgoni fruibili attraverso il Microsito, un innovativo ed efficace sistema on-line creato da Avis: 20% di sconto sulla Tariffa giornaliera; 10% sulla Tariffa weekend 3 giorni; 5% sulla Tariffa Supervalore e shortbreak per noleggi all'estero. Inoltre viene proposta la Carta Avis Club Business e Senior a euro 40,00 anziché euro 50,00 purchè ci si qualifichi come Soci del Club (citando il codice AWD Z461501). www.avisautonoleggio.it roberto.gasbarro@avis-autonoleggio.it. Per informazioni e contatti: Roberto Gasbarro - Local Marketing Supervisor - Tel 06 41994398 - Fax 06 41994321.
PER NOLEGGIO AUTOVETTURE
<http://www.avisautonoleggio.it/avisonline/it/ibe.nsf/reservationhome-microsite?>
PER NOLEGGIO FURGONI
<http://www.avisautonoleggio.it/avisonline/it/ibe.nsf/reservationhome-microsite?>

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 4
• Direttore responsabile **Maurizio Sgroi**
Redazione via Flavia 47 - Roma -
email: redazione@ilfoglioletto.it
• Progetto editoriale : **Bios**
• Contenuti forniti dal Club del Marketing

segue da pag. 1