



**300 RISPOSTE
SUL MARKETING**

EVENTI

numero 17 - mercoledì 13 dicembre 2006

A colloquio con Philip Kotler

Le strategie di Marketing

D. Quali sono, oggi, i modi più efficaci per ottenere un vantaggio di mercato?

R. In passato i fattori chiave per il successo competitivo erano la qualità e l'assistenza, perché molte aziende non le offrivano. Oggi però qualità e assistenza stanno diventando caratteristiche comuni. Un'azienda è sicuramente perdente se non offre qualità e assistenza, ma se le offre, non avrà necessariamente successo. Questi fattori sono ormai scontati. Oggigiorno le aziende partecipano agli stessi seminari, dove apprendono il valore dell'analisi comparativa (benchmarking), dell'esternalizzazione (outsourcing) e della capacità di superare le offerte dei concorrenti. Tuttavia lo scenario non è mai statico, perché ciascun concorrente parte da un diverso patrimonio di risorse e opportunità. Le aziende più pronte scoprono e realizzano rapidamente dei vantaggi competitivi. Le quote di mercato si spostano a seconda dell'inventiva dei diversi attori. Le aziende americane e alcuni rivenditori stanno riscoprendo il potere di un'assistenza adeguata. Nessuna piattaforma competitiva funziona per sempre o per tutti i compratori. Le aziende devono imparare a competere in modi nuovi, che comprendono la capacità di realizzare e consegnare i prodotti con maggiore rapidità, di migliorare il design e lo styling dei prodotti, di arricchire l'offerta con maggiori vantaggi e di instaurare con i clienti un rapporto di lungo termine che sia reciprocamente vantaggioso. Caratteristiche nuove, un design di prim'ordine, un'estetica migliore, prodotti personalizzati, servizi più completi ed efficaci e rapporti più amichevoli con i clienti sono tutti aspetti da prendere in considerazione.

da "300 risposte sul Marketing"

GLOSSARIO

I termini del marketing e della comunicazione

Franchising: formula distributiva in cui il titolare di un marchio, ne concede lo sfruttamento a un dettagliante all'interno di un contratto.

Headline: In un annuncio pubblicitario è la parte del testo che apre il messaggio e che viene messa in risalto per attirare l'attenzione

Immagine: sintesi delle opinioni che il pubblico ha di un'impresa e di dei suoi prodotti.

STASERA, 13 DICEMBRE, ULTIMO INCONTRO DEL 2006 A MILANO

IL CLUB A CENA CON MEDIAWATCH

Il Club sarà partner di Mediawatch Osservatorio Giornalistico nell'organizzazione del buffet di Natale, che si terrà oggi Mercoledì 13 Dicembre a partire dalle 20.30 presso l'Hotel Enterprise in C.so Sempione angolo p.za Firenze a Milano. Il tema della serata sarà la comunicazione "Glocal" (globale e locale) e gli ospiti d'Onore saranno: David Parenzo, conduttore di Iceberg su Telelombardia e Donato Losa, Presidente della Cartemani.

La serata è aperta ai soci Mediawatch e ai soci del Club o ai loro rispettivi ospiti (è necessaria la prenotazione segreteria@mediawatch.it). David Parenzo, approdato a Telelombardia dove ha iniziato come conduttore di "Orario Continuato", poi di "Prima Serata" ed ora con Manuela Ferri

co-conduce il programma Iceberg, racconterà ai presenti il difficile rapporto tra comunicazione Nazionale e comunicazione Locale svelando i segreti per poter dare visibilità e ascolto ad una notizia. Donato Losa, Presidente della Cartemani azienda molto conosciuta per la filosofia di "Igiene, Confort e Sicurezza per l'area bagno", ha il compito di illustrare i segreti di una comunicazione aziendale efficace e finalizzata ad essere di supporto per l'area commerciale. Tra le personalità presenti ci sarà anche Vic Antico, distributore dei principali Free Press in Italia, Francia, Spagna, Inghilterra ed Editore di Gool, il primo settimanale sportivo gratuito, e di Milano Happening, periodico di approfondimento sulla città di Milano.

CarloVittorio Giovannelli, Presidente di Mediawatch, ha dichiarato: "Con questa serata consacriamo la nuova mission di Mediawatch che è quella di portare la comunicazione alle aziende e le aziende alla comunicazione. A differenza delle altre cene per Natale abbiamo preferito il buffet; questo consente di abbassare la quota di partecipazione a 35 euro a persona ma soprattutto dà la possibilità a tutti di conoscersi e relazionare. Danilo Arlenghi presidente del Club ha aggiunto: "Una valida opportunità in più per attivare il connecting-manager tra mondo dell'informazione e quello della comunicazione sempre più contigui nelle collaborazioni professionali". Per conferme: Sabina Rosa Segretario Generale Club tel 02 2610052 mailto:info@clubdelmarketingedellacomunicazione.com

Il Presidente di Mediawatch è il socio del Club Carlo Vittorio Giovannelli

CHARITY

IL CLUB SOSTIENE L'ASSOCIAZIONE CITY ANGELS

Martedì sera 28 novembre più di 1200 manager, professionisti, consulenti di aziende ed agenzie italiane ed internazionali, giornalisti della carta stampata, radio tv e web, imprenditori e docenti universitari, si sono dati appuntamento presso lo Shocking di Milano, celebre locale alla moda per celebrare il Christmas Party del Club del Marketing e della Comunicazione, la più grande associazione del comparto. La grande kermesse è stata organizzata dal Club e da Mediawatch - Osservatorio Giornalistico in collaborazione con Ferpi, Adico, Assorel, Popai, Assoconsulenza, Assovisual, e Assodigitale per promuovere una azione di charity a favore dei City Angels associazione di volontari che tanto si prodiga a favore di bambini, anziani, e senza tetto, ossia le fasce più deboli della popolazione. Il Club infatti, ogni

anno, nell'occasione della festa di Natale, fa del bene a chi fa del bene!!! Il mega evento in interassociativa denominato quest'anno "Shocking the Manager" ha permesso ad ogni ospite di mettere in pratica la mission del Club del Marketing e della Comunicazione, ovvero "Connecting Manager": sviluppare nuove conoscenze personali, stringere amicizie ed allacciare relazioni professionali con manager e professionisti del club o di altre associazioni partner, grazie all'impronta totalmente sociale e mondana della serata, per attivare new business, iniziative di reciproca collaborazione ed azioni di co-marketing. Tra gli ospiti anche grandi firme del giornalismo, personalità dell'arte, della cultura e della moda, celebrità dello spettacolo e autorità politiche. Ricco il programma della manifestazione:

segue p/2

Breaking news

Nuova location a Milano SPAZIO 30

Si trova nel centro di Milano, in Viale Vittorio Veneto 30, la nuova location per eventi Spazio30. Si articola su due piani per un totale di 400 metri quadrati completamente adattabili agli allestimenti più diversificati. Gli ambienti sono neutri e curati in ogni dettaglio, con particolare attenzione per le luci, i suoni, i materiali e i colori. www.spazio30.com

E' nato il marchio XQUA

IL MARCHIO NATO DALLA TESTA.TA PIU' FAMOSA DEL MONDO. XQUA è la linea di abbigliamento che dell'episodio mondiale Materazzi - Zidane ne ha fatto il suo logo. Completamente made in Italy, Xqua è destinato a diventare il nuovo must dei giovani. www.xqua.it

Testimonial d'eccezione il comico televisivo CHICCO D'OLIVA

Santoni si affida a Canenero Advertising

Santoni, azienda marchigiana leader nella produzione di calzature artigianali d'alta qualità, ha affidato a CANENERO Advertising la realizzazione del sito Santoni For AMG, che ospiterà la nuova linea sviluppata in collaborazione con Mercedes-AMG. www.canenero.com

OPPORTUNITA'

PARTY ROUND si fa in otto per i vostri eventi natalizi

Con l'avvicinarsi delle festività natalizie, molte aziende si attivano nella ricerca, non sempre facile, di ristoranti e locali pubblici o location originali per organizzare il loro Christmas Party. Party Round si propone come partner ideale al fianco degli organizzatori per far risparmiare tempo e denaro durante la realizzazione dei Christmas Party. Sarà cura di Party Round offrire i seguenti servizi ad hoc: ricerca o semplicemente affitto sale ristoranti e locali pubblici con sconti particolari anziché ricariche per fee d'agenzia; accurata scelta dei menu; spettacoli, animazioni, attrazioni, addobbi floreali e piante alto fusto, riprese video e servizi fotografici; noleggio impianto audio luci video; hostess per reception o sala; scenografie a tema. Tel./fax 02/2610052 - info@partyround.it - www.partyround.it

Nicola Massara è stato nominato nuovo presidente della sezione pugliese del Club

RINNOVATO IL CONSIGLIO DIRETTIVO DEL CLUB DEL MARKETING E DELLA COMUNICAZIONE SEZ. PUGLIA

A tre anni dalla sua nascita, il Club del Marketing e della Comunicazione Puglia (www.clubdelmarketingpuglia.it) ha rinnovato il proprio consiglio direttivo. Scaduto il mandato di presidente per Gianluigi Conese, è Nicola Massara, amministratore delegato della Tom, ad assumerne l'incarico per il prossimo triennio. Il nuovo direttivo, allargato a nove componenti, è composto dai due vicepresidenti Gianluigi Conese (a.d. di SEC Mediterranea), che curerà i rapporti con la Consulta regionale delle associazioni degli operatori e delle imprese di marketing e di comunicazione, e Stefano Petrucci (amministratore di Comunicò) cui è stata affidata la delega allo sviluppo e cooperazione. Rinnovo di carica per Alberto De Leo (Amministratore di Proforma) nominato responsabile comunicazione del Club, Franco Liuzzi (TOM) e Roberto De Donno (direttore marketing di WHY.COM) che saranno referenti per i rapporti con il mondo accademico. Entrano nel consiglio Mariangela Bonifazi (amministratore di MBM Eventi) delegata all'organizzazione eventi, Maria Grazia Bitetto (SEC Mediterranea), referente del

Club per le relazioni con i media, e Rossella Giua (TOM) che si occuperà della segreteria di presidenza e dei rapporti con i soci. Altri incarichi sono state assegnati a Maria Pia Liguori (Red Hot), che affiancherà i consiglieri Liuzzi e De Donno nei rapporti con il mondo accademico, mentre Roberto Maggiora e

Antonello Padolecchia, del direttivo nazionale UniFERPI, si occuperanno delle relazioni con gli studenti. Davide Diurisi, titolare dello Studio Associato D&L, è il nuovo referente ICT del Club; Michele Lampugnani, referente del direttivo AIDP Puglia e Basilicata, sarà il delegato alle relazioni con altre associazioni; Piermarino Zippitelli (Ink Studio Italia) affiancherà Alberto De Leo nelle attività di comunicazione. "Assieme a Gianluigi Conese e Stefano Rizzello - commenta Nicola Massara, neo presidente del Club - ho fondato questa associazione circa tre anni fa con l'idea e dalla voglia di creare momenti di aggregazione culturale che potessero generare sinergie tra gli associati e ma soprattutto diffondere la cultura del marketing e della comunicazione nella nostra regione. Con più di 300 iscritti e 10 eventi organizzati su tutto il territorio regionale, non posso che essere orgoglioso dei risultati raggiunti. Mi piace pensare che continueremo a fare del Club quel laboratorio di idee che ci ha permesso di svolgere una funzione di stimolo all'intero settore e a inseguire traguardi sempre sfidanti." www.clubdelmarketingpuglia.it

FLASH dal Club

Il Club sarà presente a Branding Italia 2006, in programma a Milano dal 15 al 17 febbraio 2007.

Come Gestire e Sviluppare Efficacemente il Valore della Marca nel Mercato Italiano e Estero - Il Meeting strategico che vedrà alternarsi in presentazioni e case studies i più alti vertici aziendali delle principali aziende italiane ed internazionali, accompagnati da dati scientifici di istituti di ricerca
www.marcusevans.com

IL LIBRO

SUN TZU STRATEGIE PER IL MARKETING 12 PRINCIPI FONDAMENTALI PER VINCERE LA GUERRA DEL MERCATO
di G.A. Michaelson, S.W. Michaelson - edizioni ETAS

Perché un libro scritto 2.500 anni fa dovrebbe contenere indicazioni utili ed efficaci per coloro che oggi si occupano di marketing? Che cosa può suggerire ai manager del terzo millennio un generale cinese vissuto in un'epoca lontanissima? La risposta è semplice: un nuovo modo di concepire la strategia, una geniale arte pratica per vincere la "guerra del mercato".

IL PIACERE DI SAPERLO

ONLINE IL PORTALE WWW.APERTODOMENICA.COM

Il portale informa sulle aperture straordinarie, domenicali e festive dei centri commerciali in tutta Italia. All'interno di www.apertodomenica.com sono visualizzate le aperture dei centri commerciali e degli ipermercati con una superficie di vendita di almeno 2.500 mq.

NOUS GROUP PER IL GRANDE CONCORSO CELLULAR LINE

Cellular Line, affermato brand italiano nel mercato degli accessori per telefonia mobile, si affida alla pluriennale esperienza di Nous Group, agenzia milanese leader nella fornitura di servizi marketing capitanata da Andrea Nicò e Davide Chiellini Dezi, per la realizzazione del loro primo grande concorso rivolto al consumatore finale, "Grande Concorso Cellular Line".

UN BABBO NATALE MODERNO, PROTAGONISTA DELLA RETE

Chi lo dice che Babbo Natale non è più di moda e che non riesce a stare al passo coi tempi? Da qualche settimana ha persino aperto un proprio blog, in cui racconta della sua vita quotidiana, dell'attesa del Natale (ma per poi prendersi le ferie!), degli gnomi che lo aiutano, di Cenerentola che lo va a trovare, della concorrenza di Befana e Santa Lucia, un Babbo Natale che consulta wikipedia, che ha un gnomo ingegnere come consulente e che vorrebbe andare a vivere ai tropici.
<http://xoomer.alice.it/gnomierenne/> - <http://gnomierenne.blogspot.com>

CHARITY

Conferenza iniziale denominata: "Evoluzione e nuove tendenze della Comunicazione Aziendale" al quale ha preso parte Danilo Arlenghi presidente nazionale del Club che ha introdotto le motivazioni del titolo ed illustrato lo scenario attuale del mercato in costante divenire secondo un pantano naturale che porta a cascata cambiamenti negli stili di vita, nei modelli di consumo, nell'evolversi dei punti ven-

dite e di conseguenza nelle tecniche e tattiche comunicazionali, promozionali e di marketing delle imprese per soddisfare le aspettative ed i desideri del nuovo consumatore dopo la scomparsa della "casalinga di Voghera". Gli altri relatori Enzo Argante, Giampiero Pelle, Antonio Barrese, Roberto Salvini hanno sviluppato le tematiche della comunicazione socio-compatibile e del marketing etico,

delle innovative arti visive come nuovo asset per una efficace e moderna comunicazione e dei nuovi media come ultima frontiera per contatti personalizzati one-to-one. Alla conferenza è seguito un generoso buffet e momenti di marketing relazionale. Le sorprese poi non sono mancate a livello di spettacolarizzazione grazie all'offerta presentata da Party Round.

segue da pag. 1

VIRAL MARKETING ALTERNATE REALITY GAMES

La potenza della Rete come principale mezzo di social networking è ormai nota a tutti e gli esempi che seguono questa direzione sono più che numerosi: da Youtube, a Second Live, passando per MySpace e Flickr. Oggi desideriamo introdurre nel mondo dei cosiddetti Alternate Reality Games, ARGs, di cui finora non vi abbiamo mai parlato. Con l'occasione vi segnaliamo due interessanti iniziative che vi aiuteranno a capire di cosa si tratta. La prima si chiama Lost (<http://www.lost.eu>) nasce da un progetto realizzato da alcuni studenti inglesi che si sono preposti un obiettivo molto ambizioso: riuscire a raggiungere 7 milioni di utenti differenti provenienti da tutto il mondo e metterli in contatto l'uno con l'altro. Per giocare è necessario ricevere l'invito (<http://www.lost.eu/918b>) che non è altro che un link URL al mini-sito dedicato all'operazione che contiene una serie di lettere e numeri scelti casualmente. Dopo essersi registrati al gioco, tramite questo link, si riceve una username e una password che permettono di accedere al proprio profilo on line, il quale mostra un timer che scandisce il count down a partire da 7 giorni fino a zero. E questa è la chiave del gioco: se il timer arriva a zero avete perso, ma per evitare che ciò avvenga, dovrete cercare di invitare più gente possibile ad unirsi al gioco. Per ogni utente invitato, il timer si riassetta. Chi vince? Il giocatore che ha totalizzato il maggior punteggio, sulla base di quante persone ha invitato, una volta raggiunti i 7 milioni di giocatori totali. Cosa si vince? 500 pounds! Si chiama invece Cruel 2 B Kind (<http://cruelgame.com>) il gioco ideato da 42 Entertainment assieme a Persuasive Games. Due sono le squadre protagoniste che si devono eliminare a suon di carinerie; il paradosso consiste quindi nel dover essere gentili con i propri nemici. Siete pronti a lanciarsi nella rete? Via: contagiousmagazine.com (<http://www.contagiousmagazine.com/News%20Article.aspx?REF=359>) Mrs Red: rsred@ebolaindustries.com da www.ebolaindustries.com

ILFOGLIETTO

DEL CLUB DEL MARKETING E DELLA COMUNICAZIONE

Supplemento a IlFoglio

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

Editrice: Nameless srl
Anno 2 numero 17

• Direttore responsabile **Maurizio Sgroi**

Redazione via Flavia 47 - Roma -

email: redazione@ilfoglio.it

• Progetto editoriale: **Bios**

• Contenuti forniti dal Club del Marketing