Cos’è il marketing: guida per principianti

di Paolo Franzese

Cos’è il marketing? Se ne sente parlare tantissimo, ormai le parole traditional marketing, direct marketing, digital marketing, social media marketing, e-mail marketing, … Fanno parte della nostra quotidianità, oggi con questo articolo voglio approfondire il tema.

Il marketing secondo l’IA

Ultimamente sto utilizzando molto l’**IA** (intelligenza artificiale) e mi sono incuriosito sulla **definizione** che avrebbe dato **ChatGPT**, eccola qui:

“Il **marketing** è una disciplina che si occupa della pianificazione e dell’esecuzione delle idee, delle attività e delle tecniche volte a *creare*, *comunicare*, *consegnare* e *scambiare* offerte che hanno valore per i *clienti*, i *clienti potenziali* e i *partner di marketing*.

Il marketing è spesso associato alla promozione delle vendite di un *prodotto* o di un *servizio*, ma può comprendere anche altre attività come la ricerca di mercato, la fissazione dei prezzi, la comunicazione con i clienti e la distribuzione dei prodotti.

In sostanza, il marketing è l’insieme di attività e strategie che un’azienda utilizza per raggiungere i propri *obiettivi di business*, soddisfare le esigenze dei clienti e sfruttare le opportunità di mercato”.

Cos’è il marketing? Vediamo cosa dice Google.

Il marketing secondo Google

Se cerchi in **Google** la definizione allora troverai che “il **marketing** è l’azione o l’attività di *promuovere* e *vendere* prodotti o servizi, tra cui ricerche di mercato e pubblicità”.

Invece secondo l’**American Marketing Association** “il **marketing** non è altro che l’insieme di istituzioni e processi per *creare*, *comunicare*, *consegnare* e *presentare* uno scambio di offerte che

hanno valore per i *clienti*, *co–partner* e la *società* stessa”.

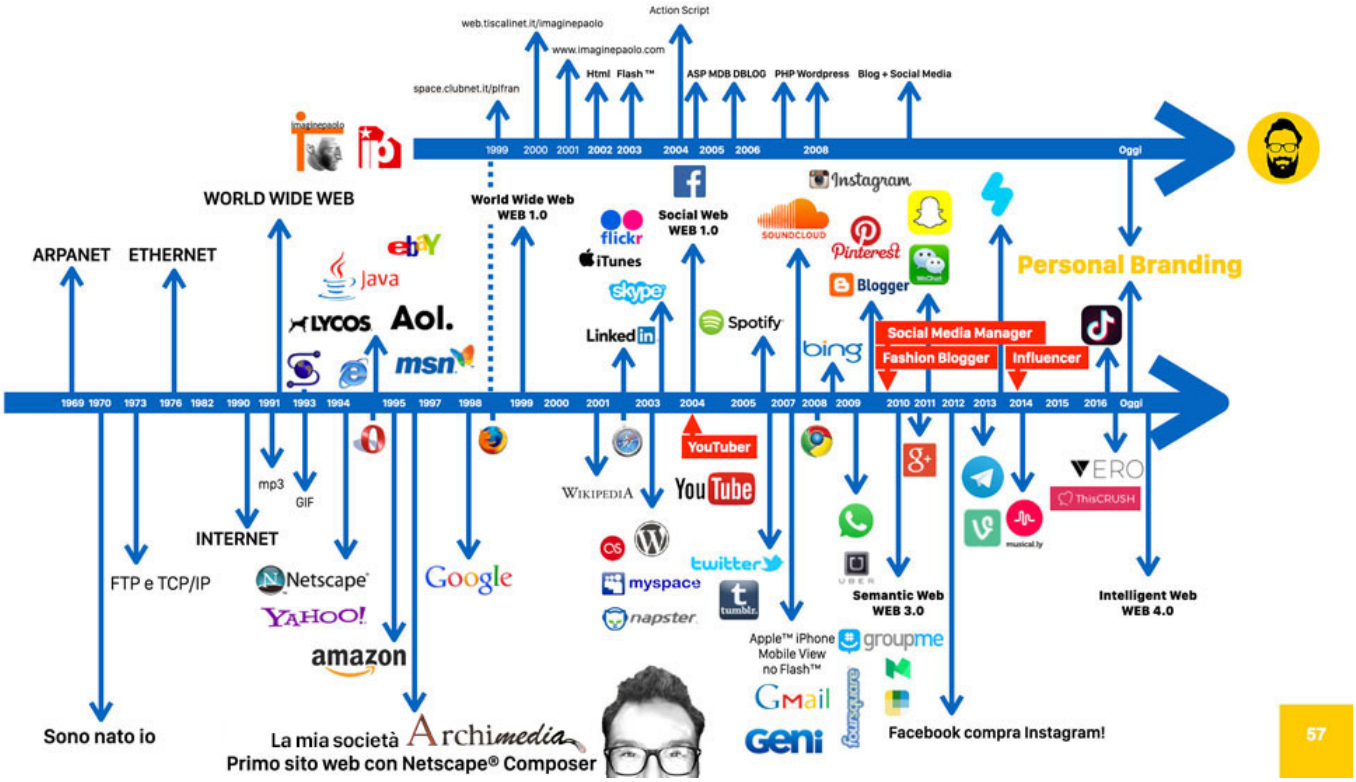
In poche parole il marketing è il processo di comunicare ai clienti la soluzione al loro problema. Fondamentalmente il marketing è un modo per *mostrare il valore* del tuo prodotto o servizio al clienti *giusti* che potrebbero usarli.

Cos’è il marketing? Marketing: vantaggi e svantaggi.

Due tipi di Marketing

Ci sono due **tipi** principali **di marketing** *tradizionale* e *moderno*, il successo dipende dal tipo di prodotto o servizio che si sta promuovendo e dal tipo di pubblico che si sta cercando di raggiungere.

In generale, il **marketing moderno** può essere più efficace nel raggiungere un pubblico *giovane* e *connesso* (Internet), mentre il **marketing tradizionale** può funzionare meglio per raggiungere un pubblico più ampio e diversificato.



Il marketing moderno si intreccia con l’evoluzione del web.

Cos’è il marketing? Marketing vecchio stile.

Marketing tradizionale

Il **marketing tradizionale** è quello che viene in mente quando si guarda un *6×3*, un *cartellone* pubblicitario in autostrada, quando si vede un annuncio in *TV* o quando si ascolta un annuncio

alla *radio*.

Nel marketing tradizionale c'è l'idea di *spray and pray*, ovvero inviare pubblicità, o altre forme di comunicazione di marketing, a quante più persone possibile (**spray**) e sperare che ciò motivi alcuni di loro ad acquistare il loro prodotto o mostrare interesse per il loro servizio (**pray**). Praticamente una pubblicità su milioni di persone sapendo che forse solo poche migliaia o addirittura meno potrebbero essere interessate al tuo prodotto.

Spesso al centro del marketing tradizionale non è tanto ottenere vendite, ma costruire **brand awareness** (consapevolezza del marchio), il marketing tradizionale è ancora incredibilmente importante ma ci sono due grossi problemi:

- È quasi impossibile per te monitorare il tuo **ROI** (ritorno sull'investimento);
- Spesso si paga per mostrare la tua pubblicità a un gruppo di persone che assolutamente non hanno bisogno di vederlo.

Ecco perché negli ultimi 20 anni, con l'aumento di *Internet* e dei *Social Media*, c'è stato un costante declino del **marketing tradizionale**.

Cos'è il marketing? Vediamo cosa è in crescita oggi.

Marketing moderno

Il **marketing moderno** si concentra maggiormente sul sapere già di quali clienti hai bisogno e poi consegnargli il prodotto specifico per loro.

La più comune forma di marketing moderno è nota come *marketing digitale*, una modalità che ti permette di *identificare* il clienti esatti che hanno bisogno del tuo prodotto, *mostrare* solo a loro i tuoi annunci e *monitorare* il tuo ROI fino all'ultimo centesimo.

Il marketing è una delle abilità più preziose che puoi imparare se:

- Sei un dipendente di un'azienda;
- Sei un libero professionista;
- Possiedi un'attività in proprio.

Se sei interessato a saperne di più in marketing digitale iscriviti alla mia newsletter settimanale:

Oppure alla mia master class: Seminario di Motivazione e Personal Branding.

Cos'è il marketing? Le definizioni famose dei guru.

Definizioni di marketing

Ecco alcune **definizioni di marketing** da vari autori, che evidenzieranno anche altri aspetti importanti che ti aiuteranno a capire meglio la scienza del marketing.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Il marketing è spesso definito in modo errato, ad esempio:

- Vendite, pubblicità o promozioni intrusive;
- Un dipartimento dell'azienda che genera solo costi.

Se pensi che lo scopo del marketing sia vendere allora sei in errore, il marketing oggi è qualcosa di più.

Peter Druker ci dice che il marketing:

> È sempre più spesso trattato non come una parte dell'organizzazione, ma una sorta di *filosofia aziendale* che dovrebbe manifestarsi in tutte le *attività*, a tutti i *livelli* e in tutti i *reparti* dell'organizzazione.

Come ci spiega il padre del marketing, **Philip Kotler**:

> Marketing significa coinvolgere i *clienti* e gestire proficue *relazioni* con i clienti. Il duplice obiettivo del marketing è quello di attrarre nuovi clienti promettendo un valore superiore e da mantenere e far crescere i clienti attuali offrendo *valore* e *soddisfazione*.

Cos'è il marketing? Le cinque fasi di Kotler.

Creazione e raccolta di valore

Il prezioso Kotler scompone il marketing nelle seguenti fasi:

1. Comprendere il mercato e i *bisogni e desideri*, del cliente;
2. Progettare una strategia di marketing orientata al **valore del cliente**, per generare valore per i clienti. In un'impresa, un approccio *value-driven* può comportare la creazione di prodotti o servizi innovativi, la fornitura di un eccellente servizio clienti e la creazione di una forte relazione con i clienti.;
3. Costruire un programma di marketing integrato che offre un **valore superiore** ai clienti;
4. Coinvolgere i clienti, costruire relazioni e creare soddisfazione del cliente. Nelle imprese, creare *customer delight* può comportare la fornitura di prodotti o servizi eccezionali, la risoluzione dei problemi dei clienti in modo rapido ed efficace e la creazione di un'esperienza positiva per i clienti in ogni fase del loro percorso di acquisto;
5. Estrarre valore dai clienti per creare profitti e *customer equity*. Un'impresa può utilizzare la *customer equity* per determinare quali clienti sono più redditizi e quindi concentrare i propri sforzi sulla fidelizzazione di questi clienti.

Cos'è il marketing? Ora posso concludere.

Conclusioni

Tutto sommato il marketing è principalmente un orientamento al cliente e al soddisfare i suoi

bisogni, tutto questo porta profitto all'azienda.

In questo percorso è fondamentale che tutti i dipendenti dell'azienda comprendano l'importanza del cliente, nel funzionamento aziendale e nel raggiungimento degli obiettivi.

Dai valore al cliente e scegli con la giusta strategia di marketing tradizionale e moderno.

Nell'articolo ho provato a dare varie definizioni di marketing, secondo l'IA, secondo Google, passando dal *marketing tradizionale* al *marketing moderno*. Un valido aiuto ce lo possono dare i veri guru del marketing, Peter Druker e Philip Kotler, con le loro definizioni.

Ma in sintesi il successo si ottiene *creando valore* per i clienti e raccogliendo valore, anche io con questo articolo credo di averti trasmesso valore, se ti è piaciuto puoi anche:

- Ascoltarlo;
- Scaricarlo in PDF;
- Condividerlo con chi potrebbe essere interessato;
- Condividerlo con un amico;
- Continuare a seguirmi iscrivendoti ai miei canali.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 19 Dicembre 2022

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons