

ASPETTI DEFINITORI DEL TERMINE MARKETING

Il marketing è l'insieme delle attività e delle politiche messe in atto dall'impresa per soddisfare le esigenze e i bisogni dei consumatori coordinando le risorse della produzione e della distribuzione di beni e servizi per il raggiungimento degli obiettivi aziendali.

Il marketing è oggi riconosciuto come un fattore determinante per rendere più competitiva l'impresa e per migliorarne la redditività. Per operare con efficacia, l'impresa deve sollecitare l'interesse del consumatore con queste azioni fondamentali, le **4 P**, **product** (prodotto), **promotion** (promozione), **price** (prezzo), **place** (distribuzione):

- **Prodotto:**
quello che il consumatore vuole (qualità, garanzia ecc.);
- **Prezzo:**
quanto il consumatore è disposto a pagare il prodotto;
- **Promozione:**
Modalità di far conoscere il prodotto (pubblicità, pubbliche relazioni, ecc.);
- **Distribuzione:**
dove il consumatore vuole acquistare il bene o il servizio (vendita diretta, tramite intermediari, ecc.).

Per ottenere buoni risultati da questi elementi, l'impresa dovrà rifarsi ai continui mutamenti economici, sociali dell'ambiente esterno in base alle risorse a sua disposizione.

Qualunque attività di marketing, per essere efficace, deve avere:

- Un prodotto indirizzato alle esigenze dei consumatori;
- Un'organizzazione in grado di far conoscere e rendere disponibile agevolmente il prodotto ai consumatori;
- Un piano di marketing adeguato.