

LA FUNZIONE MARKETING

La funzione di marketing per le imprese ha un compito di vitale importanza, è un punto di riferimento per individuare le opportunità più convenienti e più proficue per l'azienda, ciò avviene mediante le analisi di mercato.

Lo scopo della funzione di marketing nelle aziende è quello di ottenere i risultati prestabiliti garantendo una clientela che è in condizione di richiedere ordini sulla base della disponibilità di produzione dell'azienda stessa.

Il marketing si distingue in:

- il **marketing analitico**, che ha una funzione che assume un ruolo di supporto importante per la parte decisionale. Fornisce l'impresa di informazioni utili per il conseguimento degli obiettivi di business, svolgendo indagini di mercato e studi di settore.
- il **marketing strategico**, che, dotato dei risultati forniti dalla funzione analitica, assume un ruolo decisionale sugli obiettivi di fatturato da raggiungere e sulle linee da adottare nel mercato nel lungo termine. Parliamo di decisioni come:
 - Scelta del target;
 - Allocazione delle risorse;
 - Criteri di segmentazione;
- il **marketing operativo**, che ha la funzione di attivare le strategie pianificate decidendo e sistemando i prezzi, i tipi prodotti, la sua promozione, e la distribuzione.

Il modo in cui è organizzata la funzione Marketing in azienda proviene dalle diverse politiche organizzative adottate. Comunque la struttura classica, prevede una Direzione Commerciale che coordina sia la Direzione Marketing che la Direzione Vendite.