

## Obiettivi di marketing

Tutte le aziende per la loro costituzione e esistenza stabiliscono l'obiettivo che intendono perseguire con la propria attività in un determinato arco di tempo. Gli obiettivi marketing devono essere tra loro connessi e devono tutti confluire verso un traguardo finale. Gli obiettivi, non sono le finalità di vendita e di profitto, ma i risultati desiderati che permettono di realizzare le vendite e i profitti. Devono essere:

1. Dettagliati e devono indicare i tempi di realizzazione
2. Realistici e compatibili
3. Quantificabili e disposti in ordine di importanza

Distinguiamo:

- **La Missione di impresa.** Definisce obiettivi generali cioè le finalità fondamentali ed essenziali per l'impresa senza entrare nello specifico. I responsabili di marketing, nel decidere strategie e azioni da compiere, dovranno basarsi sulla missione d'impresa come punto indispensabile di riferimento. Ad esempio, diventare leader nel settore della produzione di impianti per l'energia rinnovabile.
- **Obiettivi marketing di lungo periodo.** Rappresentano gli obiettivi che l'impresa si prefigge di seguire in tempi lunghi tra i 3 e i 5 anni. Ad esempio, impossessarsi del 30% di mercato nel settore degli impianti fotovoltaici.
- **Obiettivi marketing di medio periodo.** Sono obiettivi specifici che vanno molto più nel dettaglio con tempi tra uno e tre anni. Ad esempio accrescere le vendite del 20% ogni anno.
- **Obiettivi marketing di breve periodo.** Sono obiettivi specifici che devono, in genere, attenersi ad un piano di tempo di realizzazione. I tempi possono essere non superiori all'anno (semestrali, trimestrali, ecc.).