

MARKETING TERRITORIALE

RIASSUNTO

MARKETING STRATEGICO

- **identifier un ou plusieurs groupes cibles (clients), identifier leurs besoins**
- **segmentazione**
definizione dei gruppi mirati
clienti / utenti
- **posizionamento**
valutare i concorrenti e quali sono le scelte vincenti per il territorio

analisi SWOT

forze / debolezze
opportunità / minacce

INDIRIZZI STRATEGICI

concevoir un marketing mix (4P)

- définir puis produire un produit, Service, idée,
- en fixer le prix de vente en fonction du marché
- concevoir et mettre en œuvre sa promotion et sa distribution (placement)
- organiser et assurer le service après vente

MARKETING OPERATIVO

prodotto,
in base agli
INDIRIZZI STRATEGICI

pezzo

posizione

distribuzione

OBIETTIVI

- **échange mutuellement satisfaisant pour les organisations et les individus**
- **raggiungere un'intesa soddisfacente per tutti gli attori / utenti interessati**