

Analisi Di Mercato Strumenti Statistici Per Le Decisioni Di Marketing

I modelli statistici per le analisi di mercato e dei bisogni della clientela hanno assunto oggi un'importanza risolutiva per l'innovazione, la competitività e lo sviluppo dell'azienda. Su questo terreno l'opera fornisce concreti strumenti metodologici, di supporto alle decisioni aziendali ed alle strategie di marketing dell'impresa. Il volume è strutturato in due sezioni: 1. Scelta del mercato-obiettivo, 2. Innovazione di prodotto e Customer satisfaction, suddivise in cinque parti e venti capitoli. I modelli presentati utilizzano dati aziendali reali. L'opera si indirizza agli studiosi di analisi di mercato, agli studenti dei corsi di laurea di Scienze Statistiche, Marketing e Comunicazione; ai Master in Data Science, ai Data scientist e agli analisti di Data mining. Il volume si rivolge anche agli Istituti di ricerche di mercato, ai Crm e BI Analyst ed ai Manager operanti nelle funzioni Commerciale, Marketing e Vendite.

100.725

Perché un nuovo libro sulle ricerche di mercato? L'idea di questo libro è nata dalla constatazione che gran parte delle pubblicazioni che si occupano di ricerche di mercato si concentrano soprattutto nella descrizione accurata delle varie metodologie, ma presentano scarsa attenzione sulla loro importanza e su come queste siano inserite nell'ambito del processo decisionale di una azienda. Il libro si pone quindi prevalentemente dal lato dell'utilizzatore, con l'obiettivo di inquadrare le ricerche di mercato dal punto di vista del loro impiego in risposta ai bisogni informativi delle aziende e del loro apporto di conoscenza utile a prendere specifiche decisioni aziendali. Si tratta di un manuale pratico, che sulla base delle mie esperienze di utilizzatore, vuole condividere

Bookmark File PDF Analisi Di Mercato Strumenti Statistici Per Le Decisioni Di Marketing

una prospettiva su come utilizzare le ricerche di marketing per raccogliere al meglio le informazioni necessarie per minimizzare il rischio insito nelle varie decisioni di marketing. Il suo utilizzo è destinato prevalentemente a: - Studenti e Ricercatori di mercato all'inizio della loro carriera che vogliono aumentare la loro conoscenza sull'utilizzo pratico delle ricerche di mercato. - Esperti di ricerche di mercato che vogliono confrontarsi con una visione e casi aziendali diversi dalla loro esperienza. - Acquirenti di ricerche di mercato che, dovendo selezionare metodologie di ricerca che li aiutino ad assumere una decisione, vogliono accrescere la loro conoscenza rispetto alla loro applicazione in risposta alle varie domande di business e, in particolare, alle potenzialità e limitazioni dei vari metodi attualmente in uso. - Aziende che hanno bisogno di acquisire competenza e supporto nella realizzazione dei progetti di ricerca.

La pubblicazione si rivolge a tutti coloro che decidono, oggi più di sempre, di puntare sulla propria capacità di intraprendere una iniziativa imprenditoriale. Partendo dall'idea imprenditoriale, il libro mette a disposizione del lettore tutte le informazioni per avviare, sviluppare e portare al successo una Start Up Innovativa, che presentano caratteristiche diverse rispetto al tradizionale modello di attivazione imprenditoriale. La pubblicazione, si pone come il proseguo di un preciso progetto editoriale portato avanti dalla CCIAA di Ascoli Piceno, ci ha portato a pubblicare: Business Plan, La comunicazione nelle Piccole e Medie imprese, Il controllo di Gestione. Libro realizzato grazie al Live – Spin off dell'Università Politecnica delle Marche.

La maggioranza delle aziende italiane è a rischio di fallimento. Il cambiamento sta mettendo in discussione il modo di fare business in ogni settore. Travolge aziende di successo decennale. Favorisce

Bookmark File PDF Analisi Di Mercato Strumenti Statistici Per Le Decisioni Di Marketing

la crescita esponenziale di altre, talvolta partite da zero. Le nuove tecnologie e il boom dei mercati esteri presentano grandissime opportunità di crescita, per le aziende italiane che sapranno coglierle. Peccato che molte persone, aziende, imprenditori, manager e collaboratori non hanno ancora adeguato mentalità, comportamenti, competenze, strategia e organizzazione al cambiamento pervasivo che stiamo vivendo. In questo libro troverai contenuti e strumenti correlati che, se correttamente applicati, permetteranno a qualsiasi professionista, PMI o grande azienda di cavalcare questo cambiamento epocale in maniera ottimale: quello della [R]-EVOLUZIONE AZIENDALE. [R]-Evoluzione Aziendale COME AFFRONTARE IL CAMBIAMENTO Il motivo per cui sono le stesse difficoltà gestionali delle aziende ad aver aggravato la “crisi”. Perché evolvere la propria mentalità è il primo passo per portare la tua azienda a un livello superiore. Come rendere i risultati più prevedibili e sistematicamente migliorabili. COME FARE L'ANALISI DI MERCATO VISUALE Perché l'analisi di mercato è fondamentale per definire ogni aspetto del tuo business. Come effettuare un'analisi di mercato in maniera rapida ed efficace attraverso gli strumenti di Google. Perché stipulare collaborazioni win-win è il modo migliore per aumentare il valore dei servizi e dei prodotti forniti e abbattere i costi. I MERCATI INTERNAZIONALI

Bookmark File PDF Analisi Di Mercato Strumenti Statistici Per Le Decisioni Di Marketing

Perché la Germania è riuscita ad agganciare la crescita estera, soprattutto asiatica, mentre l'Italia no. Come affrontare efficacemente i mercati internazionali attraverso strategie precise e adeguate. Perché frequentare persone e professionisti provenienti da tutto il mondo è il primo passo per partire col piede giusto. LA

TRASFORMAZIONE DIGITALE Perché il cambiamento che stiamo vivendo non è dato dalla tecnologia in sé ma dai nuovi Business Model che la tecnologia rende possibili. Come scoprire le opportunità della trasformazione digitale in maniera rapida ed efficace. COME SVILUPPARE LE

MIGLIORI OPPORTUNITA' La matrice di analisi SWOT: cos'è, a cosa serve e perché utilizzarla.

Come trasformare generiche opportunità in un business reale attraverso il "Business Model Canvas" e il "Value Proposition Canvas". Come progettare il tuo modello di business attraverso il "Business Model Canvas". COME PROGETTARE

UN'AZIENDA EFFICIENTE Perché

l'organizzazione aziendale è alla base del buon funzionamento dell'azienda. Perché il talento delle persone deve essere impiegato prima di tutto per lavorare sul sistema azienda. I 5 elementi base per la corretta organizzazione di un'azienda. COME

PROGETTARE I PROGETTI DI EVOLUZIONE

Perché il 70% dei progetti di evoluzione aziendale fallisce o non porta i risultati sperati nei tempi e nei

Bookmark File PDF Analisi Di Mercato Strumenti Statistici Per Le Decisioni Di Marketing

budget previsti. L'importanza di definire la governance per gestire con successo un progetto. I 4 elementi che il Project Manager deve individuare per definire il piano di azione del progetto. COME SUPERARE LE RESISTENZE AL CAMBIAMENTO

L'importanza di impostare la gestione del cambiamento sin dall'inizio del progetto di trasformazione. I 3 principi da adottare per gestire il cambiamento efficacemente. Perché per adottare nuove abitudini e comportamenti bisogna imparare a gestire il cambiamento.

365.854

365.974

365.993

Un approccio graduale allo studio del marketing: dall'illustrazione dei primi concetti base al ruolo sempre più impegnativo che assume nelle aziende, a come si fa un piano marketing. La completezza degli argomenti trattati, la semplicità e la linearità usate nel descriverli, lo rendono adatto sia agli studenti universitari, ai consulenti e dirigenti d'azienda, quanto al lettore comune che voglia scoprire e capire cosa è e cosa fa il marketing.

L'applicazione dei programmi informatici in ambito aziendale

La funzione Marketing è basilare per le funzioni finanza, produzione e contabilità. Il Marketing deve preoccuparsi del mercato alla ricerca di nuove opportunità. Esiste una differenza sostanziale tra ricerca di mercato e ricerca di Marketing: la prima indica la sistematica acquisizione ed analisi delle informazioni sul mercato da parte

Bookmark File PDF Analisi Di Mercato Strumenti Statistici Per Le Decisioni Di Marketing

dell'impresa, la seconda, la sistematica acquisizione delle informazioni necessarie per la gestione delle leve di Marketing (product, place, promotion)

1060.219

La prima guida basilare e pragmatica edita in Italia su come sfruttare la leva del prezzo per incrementare la redditività aziendale e identificare nuove opportunità di crescita. Il pricing ha un impatto diretto sulla redditività aziendale, tuttavia le imprese non sfruttano pienamente le sue potenzialità. Spesso, infatti, la definizione del prezzo si riduce all'applicazione di formule predefinite, all'orientamento alla concorrenza, all'aggiunta di un margine sul costo o al semplice istinto perdendo così reddito aziendale. Questo volume va oltre, illustrando in maniera semplice e concreta quali tecniche e quali strumenti utilizzare per gestire le molteplici possibilità offerte dal pricing. Ricco di casi pratici di successo, Le basi del pricing si rivolge a tutti i professionisti e a tutte le aziende di ogni settore che vendono un bene o servizio per indicare come ottimizzare l'uso dello strumento 'prezzo'.

1561.87

100.738

Le aziende dispongono oggi di enormi masse di dati (Big Data), che rappresentano un asset di grande valore. Da questi dati l'azienda innovativa e competitiva estrae preziose informazioni sui Clienti, che trasforma in profitto. L'opera illustra le applicazioni operative del CRM e del Data mining. Il volume è strutturato in sei parti: - Big data, Data mining, Crm e valore del cliente. - Scelta del mercato-obiettivo: segmentazione. - Innovazione di prodotto e Customer satisfaction: lancio di nuovi prodotti. - Promozione e cross-selling: massimizzazione della redemption di una promozione. - Predizione dei clienti a rischio di abbandono:

Bookmark File PDF Analisi Di Mercato Strumenti Statistici Per Le Decisioni Di Marketing

churn analysis e retention. - Risk management: valutazione del rischio creditizio. - Indice analitico. AMEDEO DE LUCA è uno dei massimi esperti e studiosi di analisi dei dati di mercato/marketing operanti in Italia.

La globalizzazione dei mercati e lo sviluppo delle tecnologie digitali stanno modificando in modo dirompente il mercato dell'impresa. L'applicazione dei metodi e modelli statistici di Marketing costituisce la chiave di volta del successo dell'azienda nel business (innovazione, competitività e crescita). Il volume illustra -in modo rigoroso e applicativo - gli strumenti fondanti del nuovo Marketing (metodologie di Data Mining). Esso è strutturato in cinque sezioni e undici capitoli. Segmentazione di mercato descrittiva e predittiva. Posizionamento di marchi e prodotti. Massimizzazione dell'efficacia della comunicazione. Innovazione di prodotto (lancio di nuovi prodotti). Valutazione della Customer satisfaction. Amedeo De Luca è uno dei massimi studiosi ed autori di Analisi dei dati e Modelli di Marketing operanti, noto a livello internazionale. La logistica soffre di una visione stereotipata che la confina nell'ambito delle materie tecniche. Le competenze necessarie per gestirla rimandano alla ricerca operativa, all'ingegneria industriale, alla gestione del trasporto: in altre parole, all'ingegneria gestionale. Per un reale progresso necessario passare a un'ottica sistemica, interdisciplinare che ponga il focus sull'economia e sul marketing. Il

Bookmark File PDF Analisi Di Mercato Strumenti Statistici Per Le Decisioni Di Marketing

volume inquadra i problemi di ottimizzazione logistica nel quadro della strategia di marketing dell'impresa e della tipologia di relazioni con i membri della filiera. Il campo di indagine il settore grocery dove la modernizzazione del commercio ha complicato le relazioni di canale, aggiungendo aspetti competitivi e collaborativi alla dimensione contrattuale.

[Copyright: 92991c0a718954cfd140f3f1db004086](#)