

Capitolo 4

D1 *Le varietà del Marketing I* (pagina 77)

I mercati contemporanei vivono spesso di contaminazioni di stile. Si consideri attentamente il sito della [SMEG](#) e si colgano gli elementi e i temi di marketing propri di altri mercati.

D2 *Le varietà del Marketing II* (pagina 77)

Molti leader di mercato operano con approcci di marketing sofisticati e tipici del mondo *consumer*, anche in ambiente *business*. Si esplori il sito Lavazza nella [sezione dedicata](#), e si evidenzino le componenti di product offering per il mercato business.

D3 *Il processo di marketing* (pagina 80)

La progettazione dell'offerta di valore può essere complessa anche per un prodotto banale come un taccuino. Analizzando il sito [Moleskine](#) si definisca qual è il mercato di riferimento, specificandone ogni variabile nei termini di Figura 4.2.

D4 *L'ambiente esogeno rilevante* (pagina 84)

Partendo dalla Tabella 4.2 si riempia la colonna di mezzo con indicatori quantitativi e qualitativi rilevanti per ciascuna delle variabili PEST.

D5 *Gli Stakeholder* (pagina 93)

L'Eni, la prima multinazionale italiana, dedica grande attenzione ai propri stakeholder. Si analizzi la pagina del sito a ciò [dedicata](#) e si identifichino le ricadute sul mercato di tali politiche.