

Capitolo 6

D1 *Consumi e PIL* (pagina 123)

“La consapevolezza della rilevanza dei consumi per il PIL è ormai elevata e diviene fonte ispiratrice di programmi di politica economica volti a stimolare una domanda stagnante”. Analizzando il sito degli www.incentivistatali.org si esemplifichi e motivi quest’asserzione.

D2 *Bisogni e desideri* (pagina 125)

Si analizzi il sito www.clearfunziona.it e si descriva il bisogno di consumo sul quale si fonda la product offering, esaminando poi come i desideri associati siano soddisfatti dall’intera gamma prodotti.

D3 *Il consideration set* (pagina 126)

Nell’ambito del processo di acquisto di un telefono cellulare si confrontino il consideration set di un ventenne e quello di un settantenne. Ci si può utilmente avvalere di un sito di comparazione, o di uno di e-commerce.

D4 *Il rischio percepito* (pagina 132)

L’acquisto dei prodotti per bambini insiste su un’area emotiva fortemente esposta alla percezione di rischio. Per questa ragione i produttori si preoccupano di attivare le strumentazioni opportune a ridurla. Si visiti il sito Chicco e quello ufficiale sulla sicurezza, per analizzare le condotte di marketing utilizzate.

D5 *La domanda secondaria* (pagina 141)

“la domanda secondaria è sempre inferiore a quella potenziale”, Considerando la Figura 6.6 si discuta quest’affermazione confutandola o, se del caso, confermandola.