

Concorrenza e co-marketing

04
DIECI

*Le imprese peggiori ignorano
i propri concorrenti.
Le imprese mediocri
li imitano.
Le imprese migliori
ne divengono la guida.*



Philip Kotler
Autore statunitense

LA CONCORRENZA E IL CO-MARKETING

La concorrenza indica una situazione di mercato all'interno della quale competono, per il raggiungimento della medesima potenziale clientela, diverse imprese produttrici di beni appartenenti a una stessa categoria merceologica, o a diverse categorie, purché siano in grado di soddisfare lo stessa tipologia di esigenza del consumatore.





FOCUS PUNTI FORTI

7 punti da cui iniziare l'Analisi della concorrenza:

- 1 competitività del prodotto
- 2 costo di produzione
- 3 costo di distribuzione
- 4 costo al cliente
- 5 servizio al cliente
- 6 livello di tecnologia
- 7 quota di mercato



LINK UTILI CONTENUTI ONLINE



APPROFONDIMENTI

- › [Conosci i tuoi concorrenti? Ecco le 3 tipologie](#)
- › [SWOT analysis per startup: cos'è, come si fa e perché è importante](#)
- › [Modello delle 5 forze di Porter: l'analisi della concorrenza allargata](#)
- › [Come competere con un concorrente che offre i tuoi stessi servizi](#)



VIDEO

- › [7 Easy Steps on How to Perform a Competitor Analysis](#)



STRUMENTI UTILI

- › [Per costruire bisogna prima rompere... gli schemi | Massimo Soriani Bellavista | TEDxMontebelluna](#)
- › [Vendita Professionale - Orientamento alla Concorrenza](#)
- › [Come superare e sconfiggere la concorrenza | 5 strategie](#)
- › [Cambiare strategicamente per andare oltre se stessi | Giorgio Nardone | TEDxModena](#)



L'ANALISI SWOT PER ENTRARE NEL MERCATO CONCORRENZIALE

FATTORI INTERNI:

STRENGTHS
= FORZE

elementi di forza da capitalizzare

WEAKNESSES
= DEBOLEZZE

elementi a rischio da migliorare

FATTORI ESTERNI:

OPPORTUNITIES
= OPPORTUNITÀ

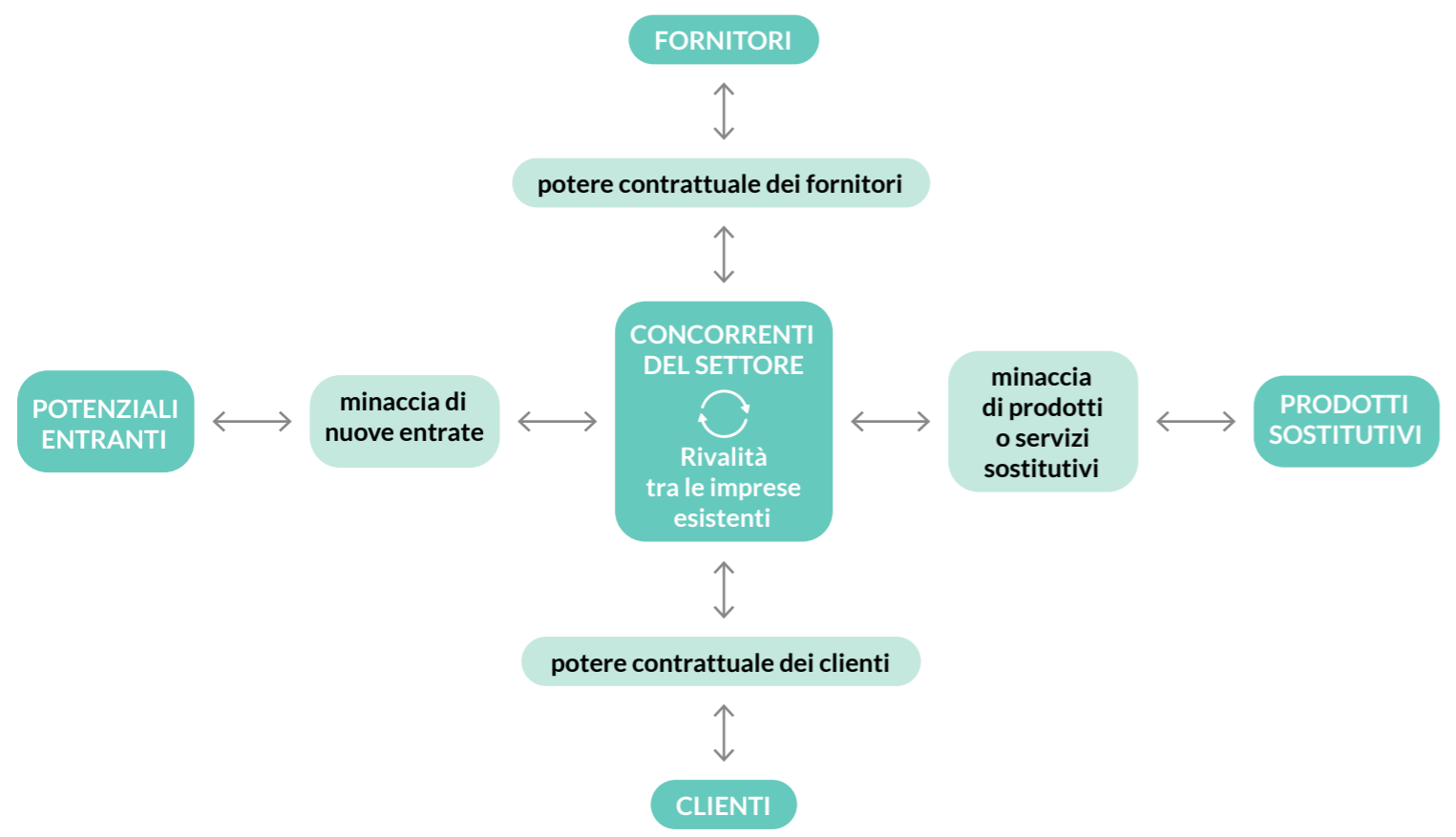
fattori che possono rafforzare la posizione sul mercato

THREATS
= MINACCE

fattori che possono indebolire la posizione sul mercato.

SUGGERIMENTI NON DIMENTICARTI DE ...

La competitività di un settore secondo il Modello delle "5 forze"
(Modello di Porter)



CASE STUDY UNA CAMPAGNA DI SUCCESSO

Marketing wars:
competitor dissing

Nell'universo competitivo dei fast food quella tra McDonald's e Burger King è la più nota.

Caratteristiche Burger King vs McDonald's: storia di un eterno dissing

70 anni dopo
Nel 2023 la battaglia continua a colpi di CHAT GPT
A. I'm lovin' it



01

Identità d'impresa

02

Identità di prodotto

03

posizionamento



05

obiettivi della comunicazione

06

strumenti offline

07

strumenti online

08

contenuti

09

piano di comunicazione

10

piano editoriale