Le ricerche di marketing all'interno del sistema informativo di marketing

Prof.ssa Sonia Biondi

A.A. 2019/2020

LUMSA
UNIVERSITÀ

Le ricerche di mercato

DEFINIZIONE

La raccolta, la classificazione e l'analisi sistematica di dati su problemi che si riferiscono al marketing di beni o servizi

SCOPO

Creare consapevolezza delle potenzialità delle ricerche di mercato e saper riconoscere i momenti in cui possono/devono essere adottate

Il data warehouse

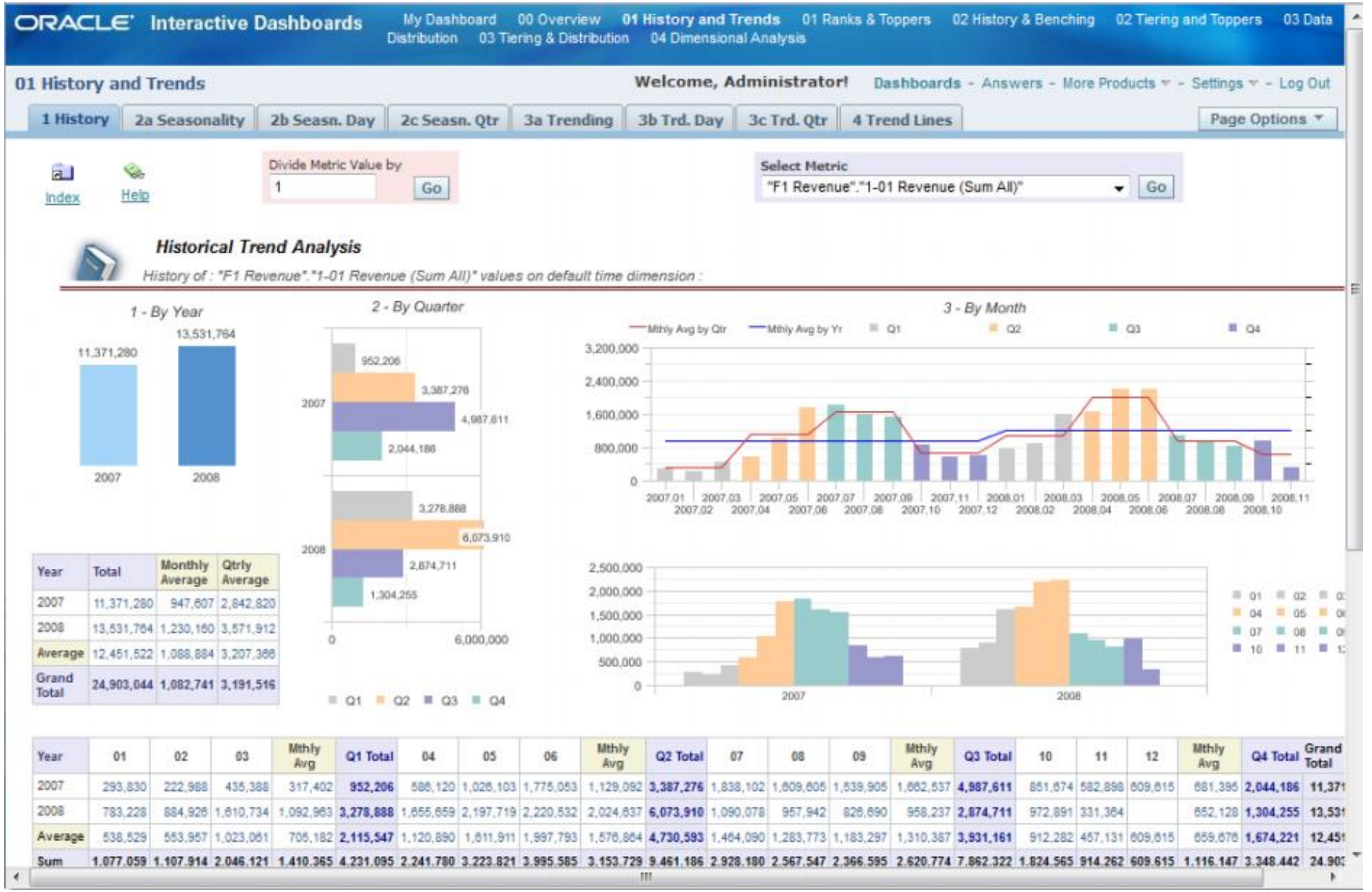
- I dati provenienti da **database operazionali** (es. anagrafica clienti, db degli acquisti e delle vendite, anagrafica fornitori), **sistemi gestionali** (ERP), **ricerche di marketing**, **altre fonti interne** (es. customer service) confluiscono all'interno di un ambiente adatto all'attività analitica detto **data warehouse.**

- Il **data warehouse** si configura come un grande repository di dati provenienti da diverse fonti che, dopo processi di estrazione, trasformazione e caricamento, sono resi idonei all'attività analitica.

Data warehouse e sistemi di business intelligence

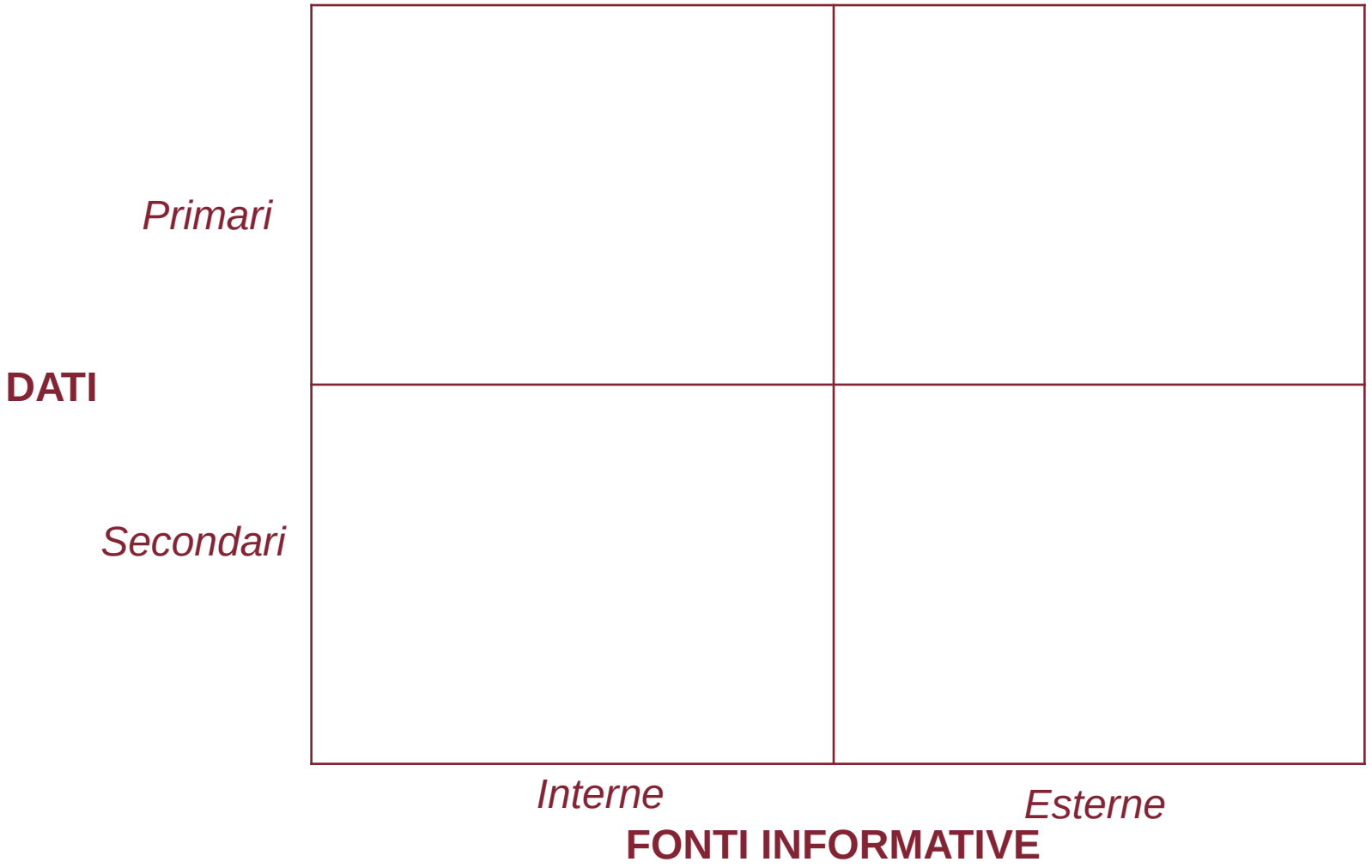
- Il **sistema di BI è una componente SW web-based** di presentazione dei dati analitici e di sintesi, che implementa complesse funzionalità d'analisi e di rappresentazione grafica delle misure presenti nel data warehouse.
- I SW di BI si agganciano ad un modello multidimensionale del data warehouse ed offrono funzioni di rielaborazione e presentazione dei dati stessi.
- Con gli **applicativi di BI** è possibile definire:
  1. Report corrispondenti a specifiche viste sul data warehouse
  2. Cruscotti e dashboard di sintesi, anche in forma grafica
  3. Strumenti per eseguire dinamicamente le operazioni di navigazione dei dati presenti nel modello multidimensionale del data warehouse

Fonte: Liverani



LUMSA UNIVERSITÀ

SIM: Tipologie di dati versus fonti informative



Fonte: Molteni L., Troilo G., Ricerche di marketing,McGraw-Hill, 2012.

SIM: Tipologie di dati versus fonti informative

Fonte: Molteni L., Troilo G., Ricerche di marketing,McGraw-Hill, 2012.

Sistema di rilevazione interna aziendale

- Sono **dati secondari interni prodotti dalle diverse funzioni per le finalità a cui ciascuna è preposta e che possono essere utili per le decisioni di marketing**.
- I più importanti sono i **dati economico-finanziari**, i **tempi di produzione** e i **dati sulle scorte**.
- AD ESEMPIO: i dati di vendita nei **rapporti di vendita mensili** sono classificati per prodotto, gruppo di cliente ed area di vendita.
- Permettono di confrontare ed analizzare:
  - le vendite del periodo rispetto a quelle dell'anno precedente (in volumi e valori);
  - il mix di prodotti sul fatturato totale;
  - il tasso di concentrazione del fatturato per cliente;
  - l'efficienza delle vendite.

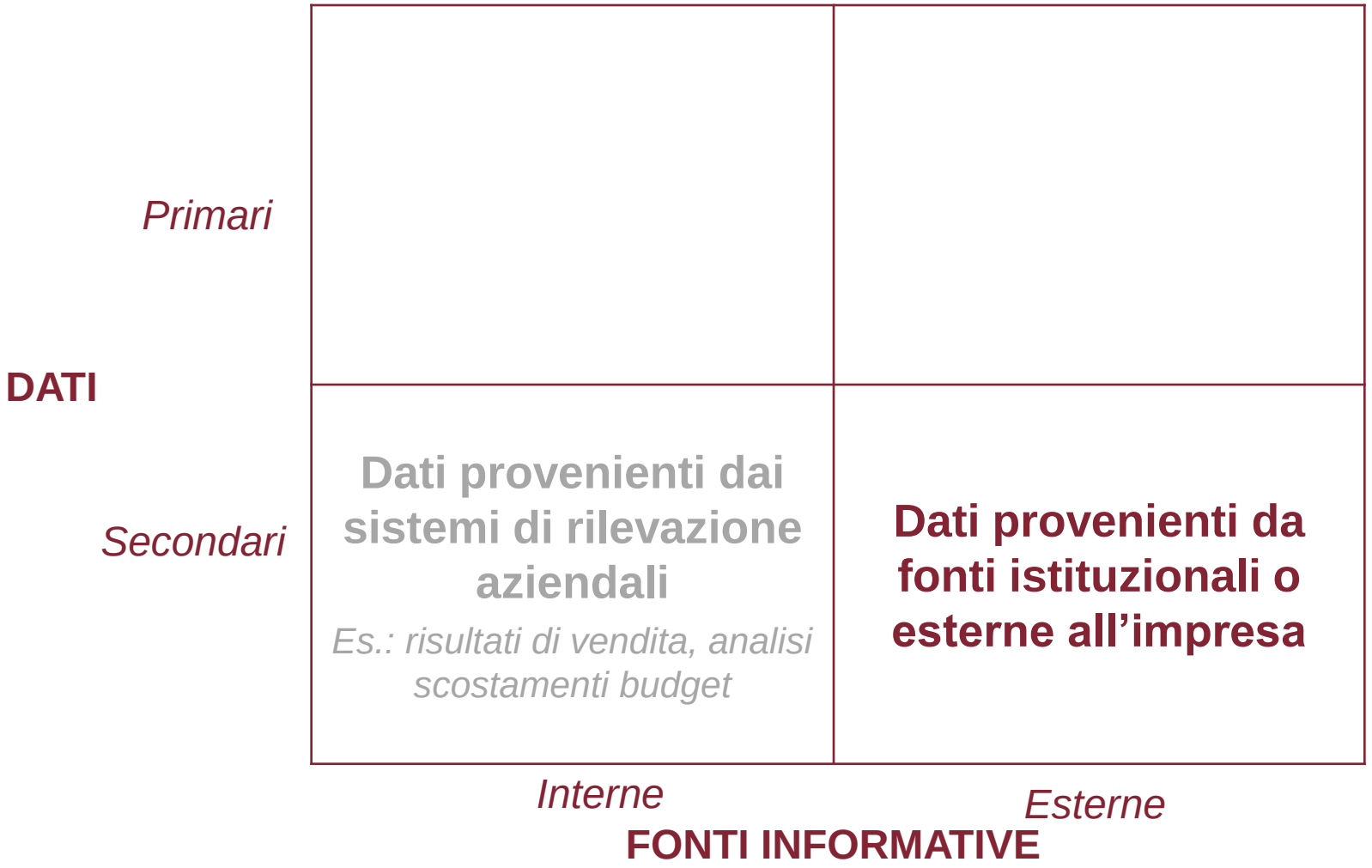
Esempio di report risultati per area di vendita

Regione	N° venditori	Area	Unità vendute nell'Anno 1		
Piemonte	2	Nord (8)	9.814 (37%)	Mod. A	1.474
Lombardia	3				
Veneto	2			Mod. B	2.166
Liguria	1			Mod. C	6.174
Emilia	3	Centro (6)	7.162 (27%)	Mod. A	1.124
Umbria	1			Mod. B	2.242
Lazio	2			Mod. C	3.796
Abruzzo	1	Sud (6)	9.320 (35%)	Mod. A	682
Campania	2				
Puglia	2			Mod. B	1.984
Calabria	1			Mod. C	6.654
Totale	20		26.296		26.296

Requisiti per la strutturazione di un sistema di reporting

- Tempestività: disponibilità delle informazioni al momento giusto
- Flessibilità: formato report e grado di dettaglio diverso a seconda delle esigenze informative
- Inclusività: coprire tutte le esigenze informative senza essere ridondante
- Accuratezza: grado di precisione in linea con l'obiettivo di supportare adeguatamente le decisioni
- Fruibilità: garanzia di elevata accessibilità alle informazioni e presentazione in forma chiara.

Tipologie di dati



Fonte: Molteni L., Troilo G., Ricerche di marketing,McGraw-Hill, 2012.

Le principali fonti esterne di dati secondari

A LIVELLO INTERNAZIONALE

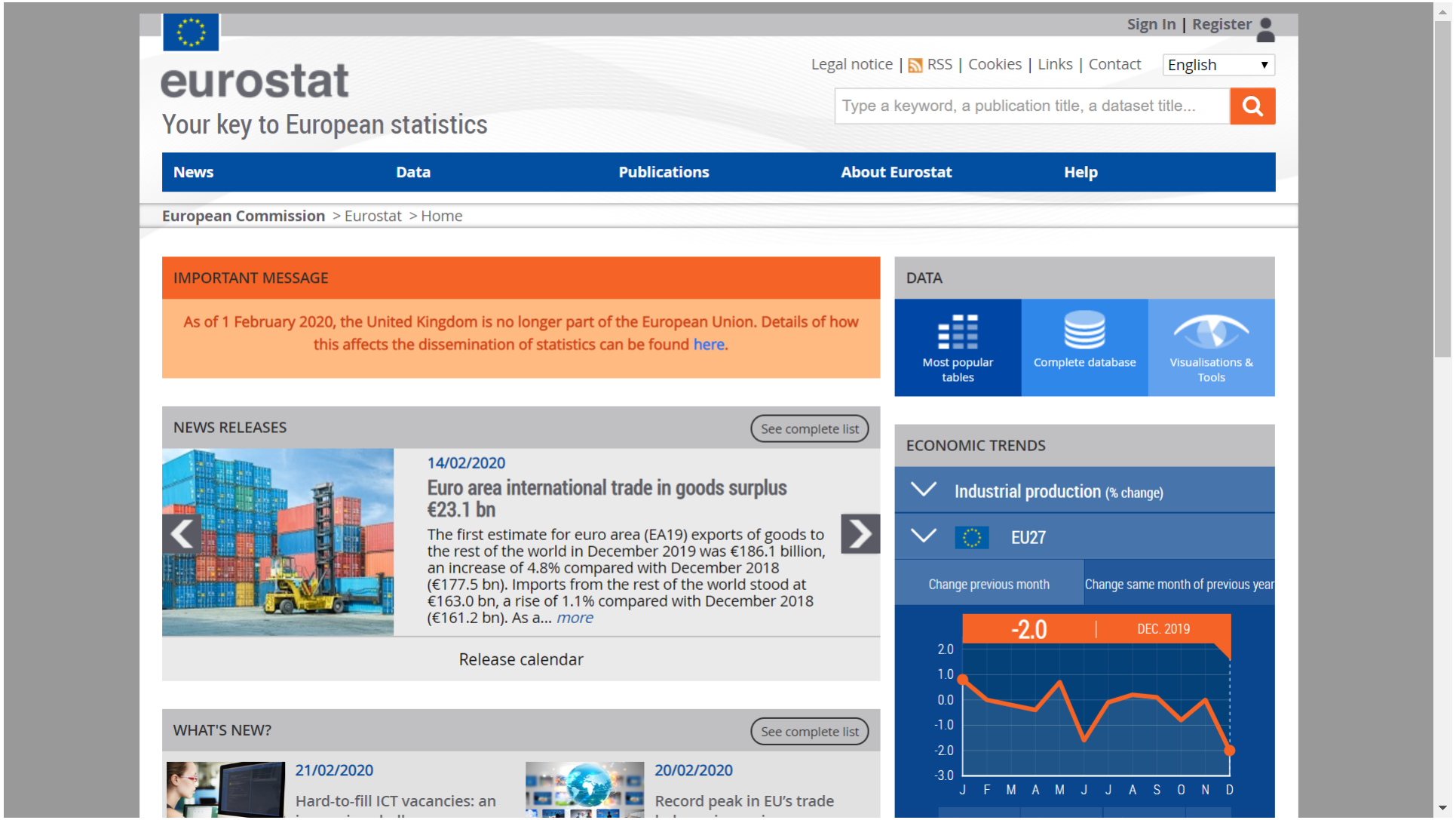
- OCSE
- WTO
- FMI
- UNCTAD
- EUROSTAT
- SOCIETA' DI RICERCA E CONSULENZA, CENTRI STUDI, IMPRESE

A LIVELLO NAZIONALE

- ISTAT
- BANCA D'ITALIA
- MINISTERI
- ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA, DI SETTORE E DEI CONSUMATORI (Confindustria, Confcommercio, IAB, FERPI, Unrae, ecc.)
- SOCIETA' DI RICERCA E CONSULENZA,
- CENTRI STUDI IMPRESE

A LIVELLO LOCALE

- REGIONI
- COMUNI
- CAMERE DI COMMERCIO
- ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E DI SETTORE
- CENTRI STUDI


Sign In | Register
eurostat
Your key to European statistics
Legal notice | RSS | Cookies | Links | Contact
English
Type a keyword, a publication title, a dataset title...
News
Data
Publications
About Eurostat
Help
European Commission > Eurostat > Home
IMPORTANT MESSAGE
As of 1 February 2020, the United Kingdom is no longer part of the European Union. Details of how this affects the dissemination of statistics can be found here.
NEWS RELEASES
See complete list
14/02/2020
Euro area international trade in goods surplus €23.1 bn
The first estimate for euro area (EA19) exports of goods to the rest of the world in December 2019 was €186.1 billion, an increase of 4.8% compared with December 2018 (€177.5 bn). Imports from the rest of the world stood at €163.0 bn, a rise of 1.1% compared with December 2018 (€161.2 bn). As a... more
Release calendar
WHAT'S NEW?
See complete list
21/02/2020
Hard-to-fill ICT vacancies: an
20/02/2020
Record peak in EU's trade
DATA
Most popular tables
Complete database
Visualisations & Tools
ECONOMIC TRENDS
Industrial production (% change)
EU27
Change previous month
Change same month of previous year
-2.0
DEC. 2019
2.0
1.0
0.0
-1.0
-2.0
-3.0
J F M A M J J A S O N D

EUROSTAT

http://europa.eu.int/comm.eurostat/

Rappresenta **l'Istituto di statistica dell'Unione Europea**.

Fornisce una banca dati gratuita, che contiene statistiche relative alla vita sociale ed economica dei Paesi dell'UE.

In particolare, i temi di ricerca sono:

- ✓ Statistiche generali
- ✓ Popolazione e condizioni sociali
- ✓ Industria, commercio e servizi
- ✓ Agricoltura, foreste e pesca
- ✓ Ambiente ed energia
- ✓ Economia e finanza
- ✓ Scienze e tecnologia

L'OCSE
(Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo

OECD.org | Data | Publications | More sites | News | Job vacancies

OECD
BETTER POLICIES FOR BETTER LIVES

> A to Z

Google Custom search

OECD Home | About | Countries | Topics | Français

Top stories

- Finance: Corporate bond debt piles up on back of expansionary monetary policies
- Development: Last five years have been the most violent recorded in North and West Africa
- Digital economy & tax: Analysis shows positive impact from proposed international tax reforms
- Economy: Ireland should prepare now for rising fiscal pressures and external risks
- Local development: How culture and art can drive local development

13 February 2020

A proposed solution to the tax challenges arising from the digitalisation of the economy under negotiation at the OECD would have a marked positive impact on global tax revenues, new economic analysis shows. The revenue gains would be broadly similar across high, middle and low-income economies, as a share of corporate tax revenues.

Focus

Mapping Africa's new urban geography

In the next 30 years, Africa's urban areas will increase by nearly 1 billion people, 2.5 times today's urban population. Such a rapid transformation will bring major challenges, but also tremendous opportunities for a brighter future. How can we make it happen together? Are cities and governments ready?

Read more

Inequality puts our world at risk

https://www.oecd.org/tax/beps/oecd-presents-analysis-showing-significant-impact-of-proposed-international-tax-reforms.htm

L'OCSE

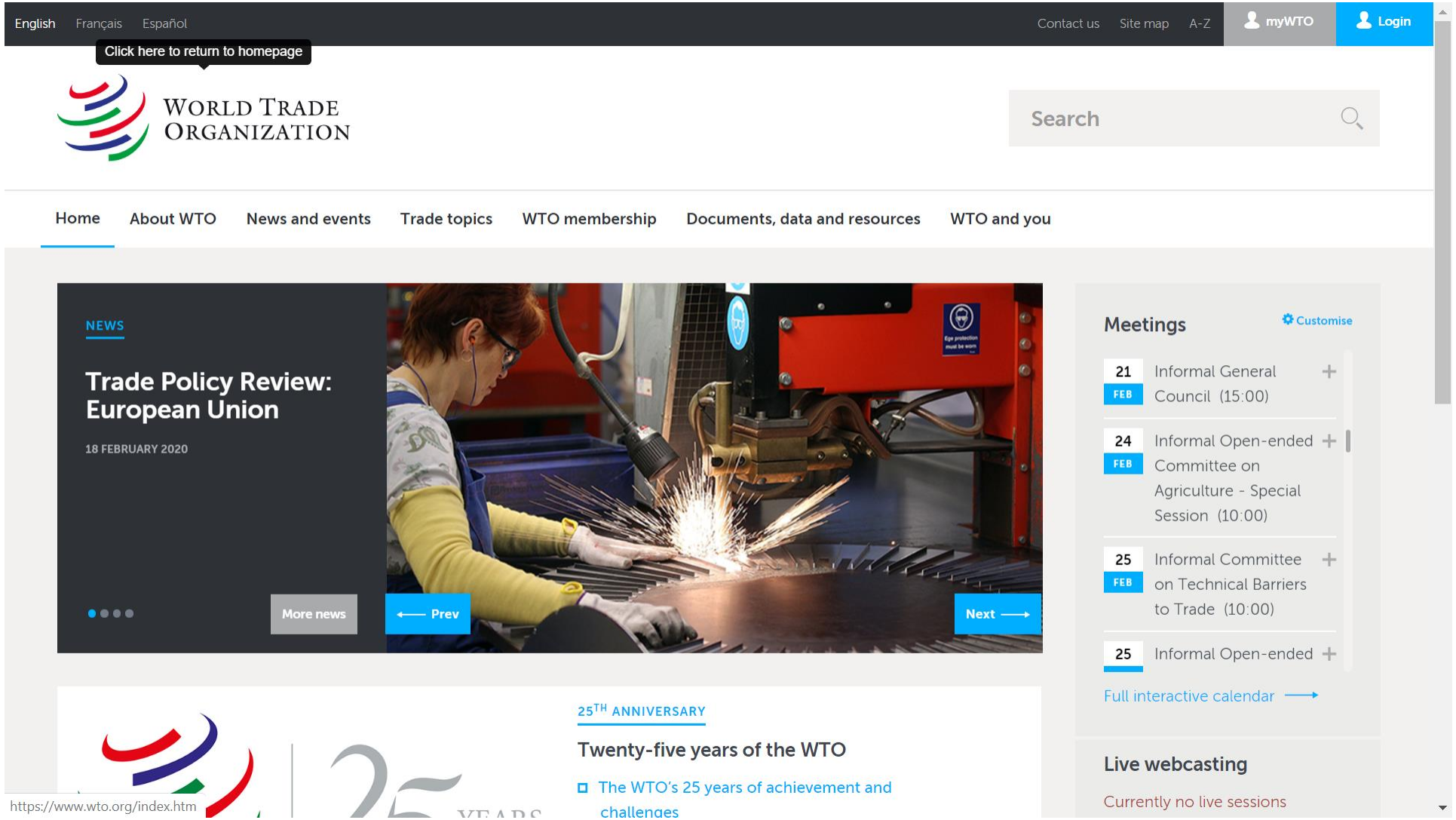
(Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico)

www.oecd.org/home

L'OCSE fornisce dati articolati per:

- **Argomenti** (agricoltura, foreste e pesca, biotecnologie, concorrenza, corruzione, sviluppo, indicatori economici, lavoro, energia, finanza, commercio, etc.)

- **36 Paesi membri** (tra cui: Australia, Austria, Belgio, Canada, Italia, Messico, Svezia, USA, Regno Unito, Spagna, Germania, Danimarca, Francia, Norvegia, Paesi Bassi, Irlanda, Grecia, Turchia, Svizzera, Portogallo, Paesi Bassi, Polonia, Nuova Zelanda, Corea del Sud, Ungheria, Cile, etc.)


English
Français
Español
Contact us
Site map
A-Z
myWTO
Login
Click here to return to homepage
WORLD TRADE ORGANIZATION
Search
Home
About WTO
News and events
Trade topics
WTO membership
Documents, data and resources
WTO and you
NEWS
Trade Policy Review: European Union
18 FEBRUARY 2020
More news
Prev
Next
Meetings
Customise
21 FEB Informal General Council (15:00)
24 FEB Informal Open-ended Committee on Agriculture - Special Session (10:00)
25 FEB Informal Committee on Technical Barriers to Trade (10:00)
25 Informal Open-ended
Full interactive calendar
25TH ANNIVERSARY
Twenty-five years of the WTO
The WTO's 25 years of achievement and challenges
Live webcasting
Currently no live sessions
https://www.wto.org/index.htm

www.wto.org

WTO
(World Trade Organisation)

Produce rilevanti informazioni in molteplici formati:

WTO ONLINE SYSTEMS

List of databases/websites

OFFICIAL DOCUMENTS

WTO "Documents Online"
Documents for meetings
Latest documents
Legal texts
Depositing legal instruments
GATT documents

PUBLICATIONS

Key publications
By title
By category/subject
Online bookshop
WTO bookshop in Geneva
Library

STATISTICS

WTO Data Portal
Merchandise trade
Trade in services
Tariffs
Non-tariff measures (NTMs)
Global value chains (GVCs)
Other statistics

ECONOMIC RESEARCH

World Trade Report
Working papers
WTO Chairs Programme
Trade Dialogues lectures

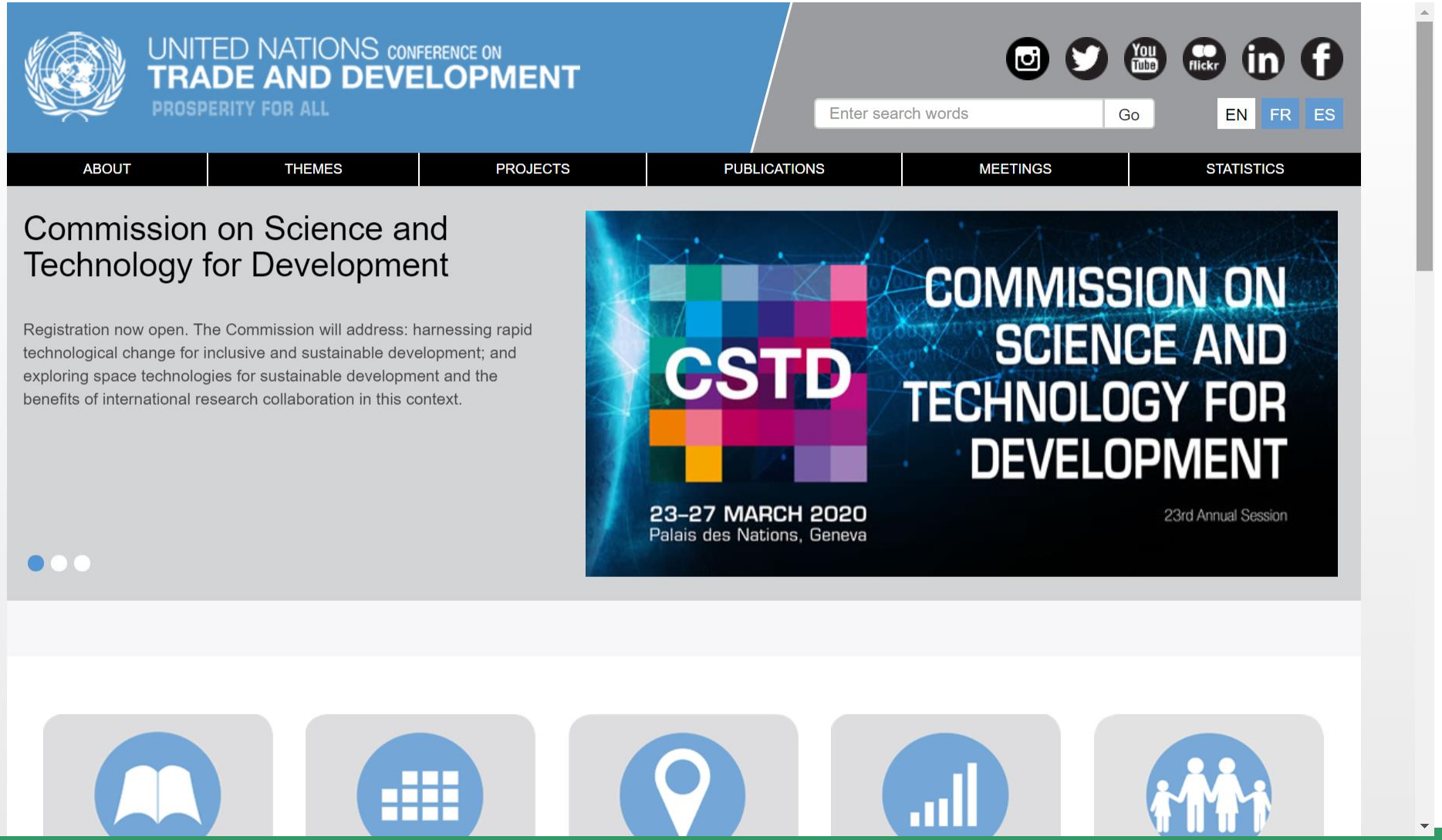
MULTIMEDIA

Audio/podcasting
Video
Live webcasting
Photos
Maps

OTHER RESOURCES

Glossary
Distance learning
E-Learning website
Linguistic resources
WTO iLibrary

United Nations Conference on Trade and Development, anche UNCTAD



UNCTAD
(United Nations Conference on Trade and Development)

L'UNCTAD svolge analisi sui seguenti temi:

www.unctad.org

- commercio internazionale
- investimenti all'estero,

al fine di capire i trend economici dei paesi in via di sviluppo, nel contesto della globalizzazione.

Alcuni dati provengono dai singoli Paesi, altri sono elaborati direttamente dall'UNCTAD.

Principali dati prodotti dall'UNCTAD:

1. **UNCTAD Handbook of statistic online**
2. **Commodity price bulletin online**
3. **UNCTAD-Trains** (Trade analysis and information system)

Tra i Rapporti di Ricerca:

World Investment Report, che si articola in due parti, una sull'andamento degli IDE nel mondo e l'altra monografica

ENGLISH HOME

Istat | Istituto Nazionale di Statistica

POPOLAZIONE E FAMIGLIE | SOCIETÀ E ISTITUZIONI | ISTRUZIONE E LAVORO | ECONOMIA | AMBIENTE E TERRITORIO | Statistiche A-Z | Glossario | CERCA

BANCHE DATI | MICRODATI | VISUALIZZAZIONI | CALCOLATORI

PIÙ VISITATI

- INDICI PER LE RIVALUTAZIONI MONETARIE
- CLASSIFICAZIONE DELLE ATTIVITÀ ECONOMICHE
- CODICI DI COMUNI, PROVINCE E REGIONI
- ELENCO DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE

INFORMAZIONI SULLE RILEVAZIONI

CENSIMENTI PERMANENTI

Soddisfazione dei cittadini

Cittadini più soddisfatti per la situazione economica e la vita nel complesso: 7,1 è il voto che in media gli italiani attribuiscono. La soddisfazione migliora rispetto all'anno precedente, confermando un trend positivo iniziato nel 2016.

IN EVIDENZA | PUBBLICAZIONI | EVENTI | ARCHIVIO

AVVISO CONFERIMENTO DI INCARICHI DIRIGENZIALI

Raccolta di manifestazioni di interesse per l'incarico di Dirigente del Servizio Sviluppo delle competenze e responsabilità sociale

21 FEBBRAIO 2020

FATTURATO E ORDINATIVI DELL'INDUSTRIA

A dicembre 2019 il fatturato -1,4% e gli ordinativi +6,0% su base annua

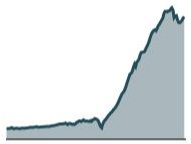
21 FEBBRAIO 2020

PREZZI AL CONSUMO

A Gennaio 2020 indice per l'intera collettività (NIC) +0,1 su dicembre 2019 e +0,5% in un anno

PRODUZIONE NELLE COSTRUZIONI

A dicembre 2019 produzione nelle costruzioni +1,3% su novembre e -1,3% su base annua



PIL PRO CAPITE

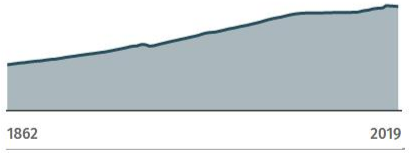
ANNO 2018, IN EURO

28.442

POPOLAZIONE RESIDENTE

1 GENNAIO 2019

60,4 MILIONI



TASSO DI OCCUPAZIONE

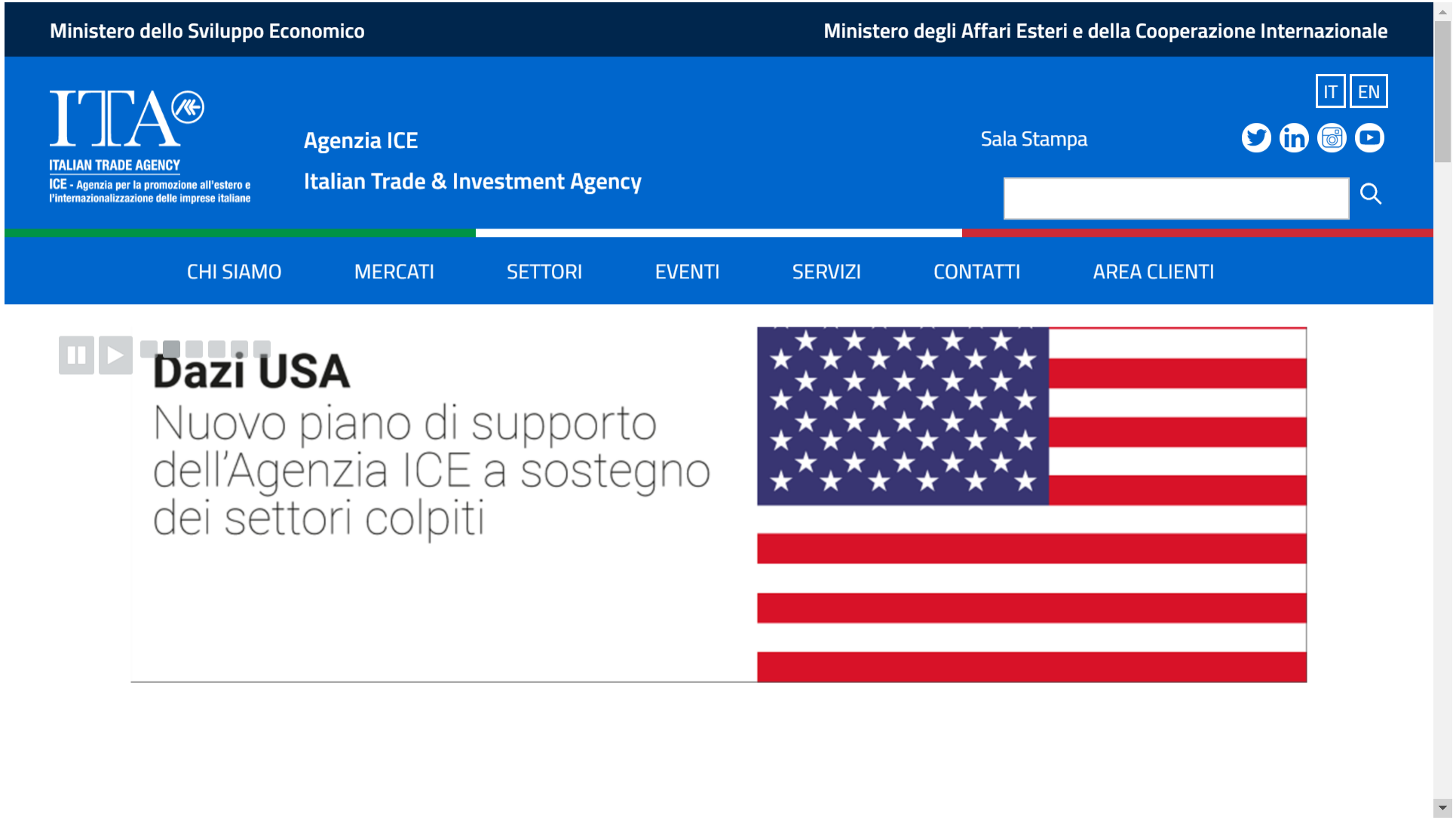
ANNO 2018

ISTAT

www.istat.it

Principali pubblicazioni:

- **Annuario statistico italiano**
- **Censimento dell'industria e dei servizi**
- **Censimento della popolazione e delle abitazioni**
- **Censimento dell'agricoltura**
- **I Consumi delle famiglie**, indagine avente cadenza annuale di pubblicazione che fornisce la spesa media mensile familiare per generi e capitoli, distintamente per ampiezza dei nuclei familiari, condizione professionale del capofamiglia, classi di spesa mensile e ripartizione territoriale


Ministero dello Sviluppo Economico
Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale
ITA
ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane
Agenzia ICE
Italian Trade & Investment Agency
Sala Stampa
IT
EN
CHI SIAMO
MERCATI
SETTORI
EVENTI
SERVIZI
CONTATTI
AREA CLIENTI
Dazi USA
Nuovo piano di supporto dell'Agenzia ICE a sostegno dei settori colpiti

Agenzia ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane)

www.ice.gov.it

L'area Studi e ricerche svolge attività di ricerca sui temi riguardanti **l'internazionalizzazione** sia **commerciale** che **produttiva dell'economia italiana** e partecipa insieme ad altri istituti di ricerca a indagare le peculiarità del modello di specializzazione dell'economia italiana.

Principali rapporti:

- **Rapporto sull'Italia nell'economia internazionale** e relativo Annuario sul commercio estero e attività internazionale delle imprese (in collaborazione con l'Istat)
- **Bollettino trimestrale sul commercio estero dell'Italia** (redatto con il Ministero delle Attività produttive, area internazionalizzazione)
- Rapporto ICE-Prometeia "Evoluzione del commercio con l'estero per aree e settori"
- Rapporto Italia multinazionale, in collaborazione col Politecnico di Milano e R&P – Ricerche e progetti.

Governo Italiano
IT | EN
MENU
Ministero dello sviluppo economico
Seguici su:
Cerca...
PER IL CITTADINO
PER LE AZIENDE
PER I MEDIA
Iscriviti alla newsletter MISE
Leggi PLUS!
Chiudi
Online la nuova sezione per il Piano Transizione 4.0
Previsto il credito d'imposta per investimenti delle imprese in innovazione, green e design
TRANSIZIONE 4.0
UNA NUOVA POLITICA INDUSTRIALE 4.0

BANCA D'ITALIA
EUROSISTEMA
CHI SIAMO
COMPITI
SERVIZI AL CITTADINO
PUBBLICAZIONI
STATISTICHE
MEDIA
EN
sei qui: Home
26° CONGRESSO ASSIOM FOREX
BRESCIA 7 - 8 FEBBRAIO 2020
Il Governatore Ignazio Visco al 26° Congresso ASSIOM FOREX
8 febbraio 2020
Misure di contenimento del rischio di contagio da coronavirus
23 febbraio 2020
Education in the digital world - Intervento di Ignazio Visco
31 gennaio 2020
Fintech, rischi e opportunità per i giovani futuri manager bancari. Lectio magistralis di Alessandra Perrazzelli
24 gennaio 2020

LA BANCA D'ITALIA

www.bancaditalia.it

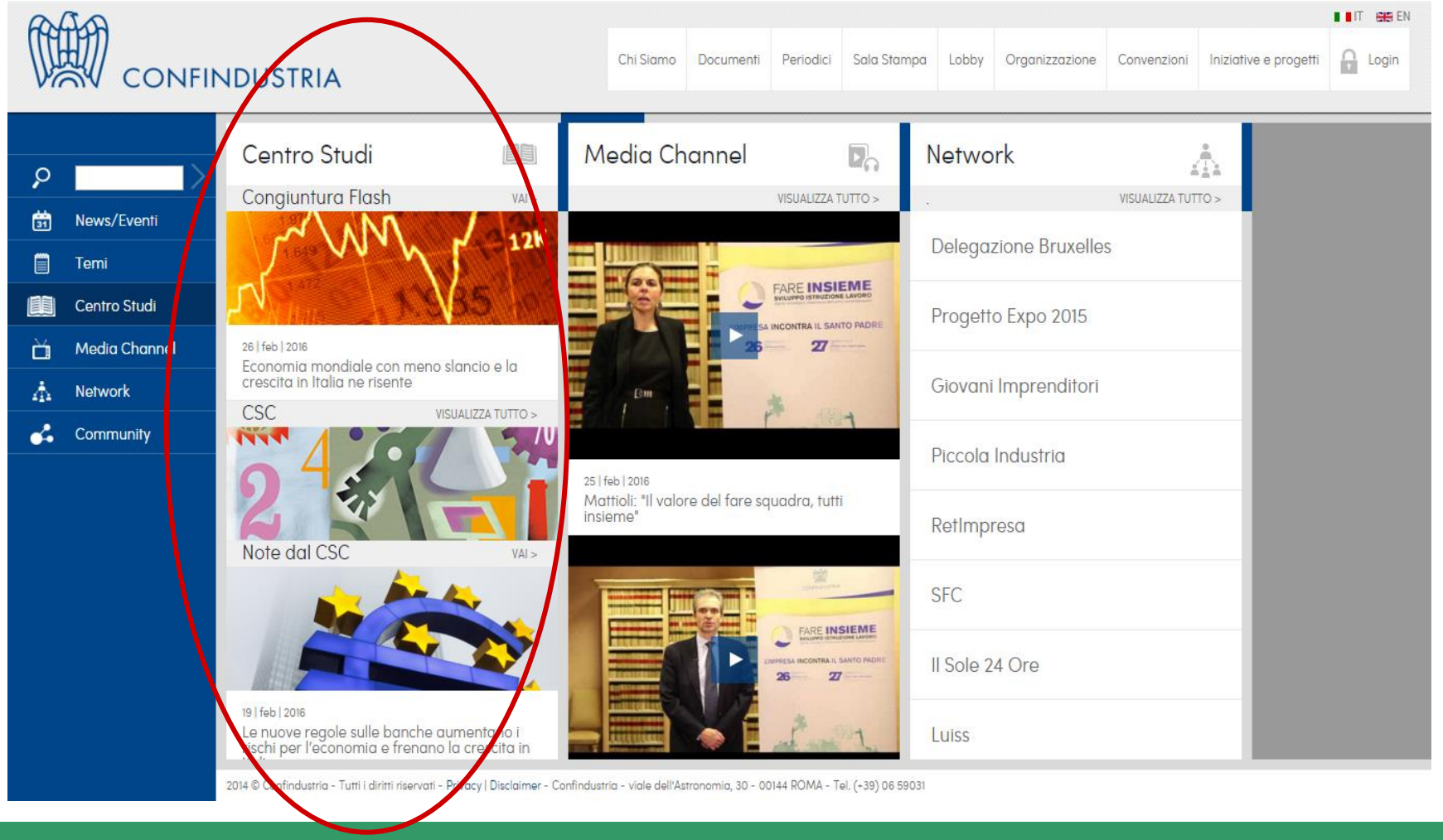
Principali pubblicazioni statistiche:

1. **Bollettino statistico e quadro di sintesi**, pubblicati con cadenza trimestrale, contengono informazioni analitiche riguardanti l'operatività degli intermediari bancari e finanziari, la distribuzione del credito e i tassi d'interesse.

2. Supplementi al bollettino statistico, pubblicati mensilmente, costituiscono il veicolo di diffusione di numerosi indicatori sulle principali grandezze macroeconomiche. I supplementi contengono anche l'Indagine sui bilanci delle famiglie italiane, che ha l'obiettivo di raccogliere informazioni sui redditi e sui risparmi delle famiglie italiane.

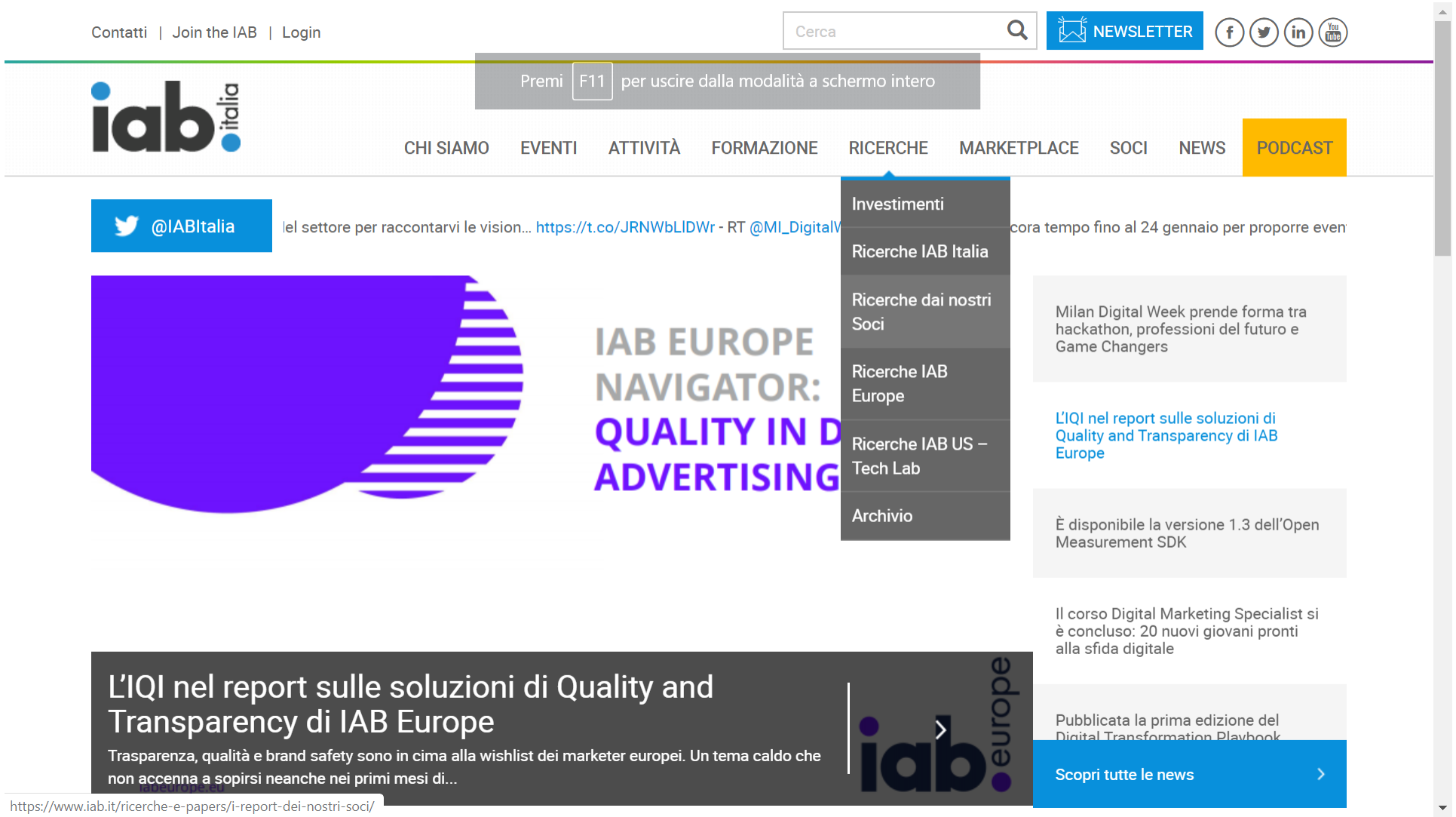
LE ASSOCIAZONI DI CATEGORIA

Es: CONFINDUSTRIA (www.confindustria.it)

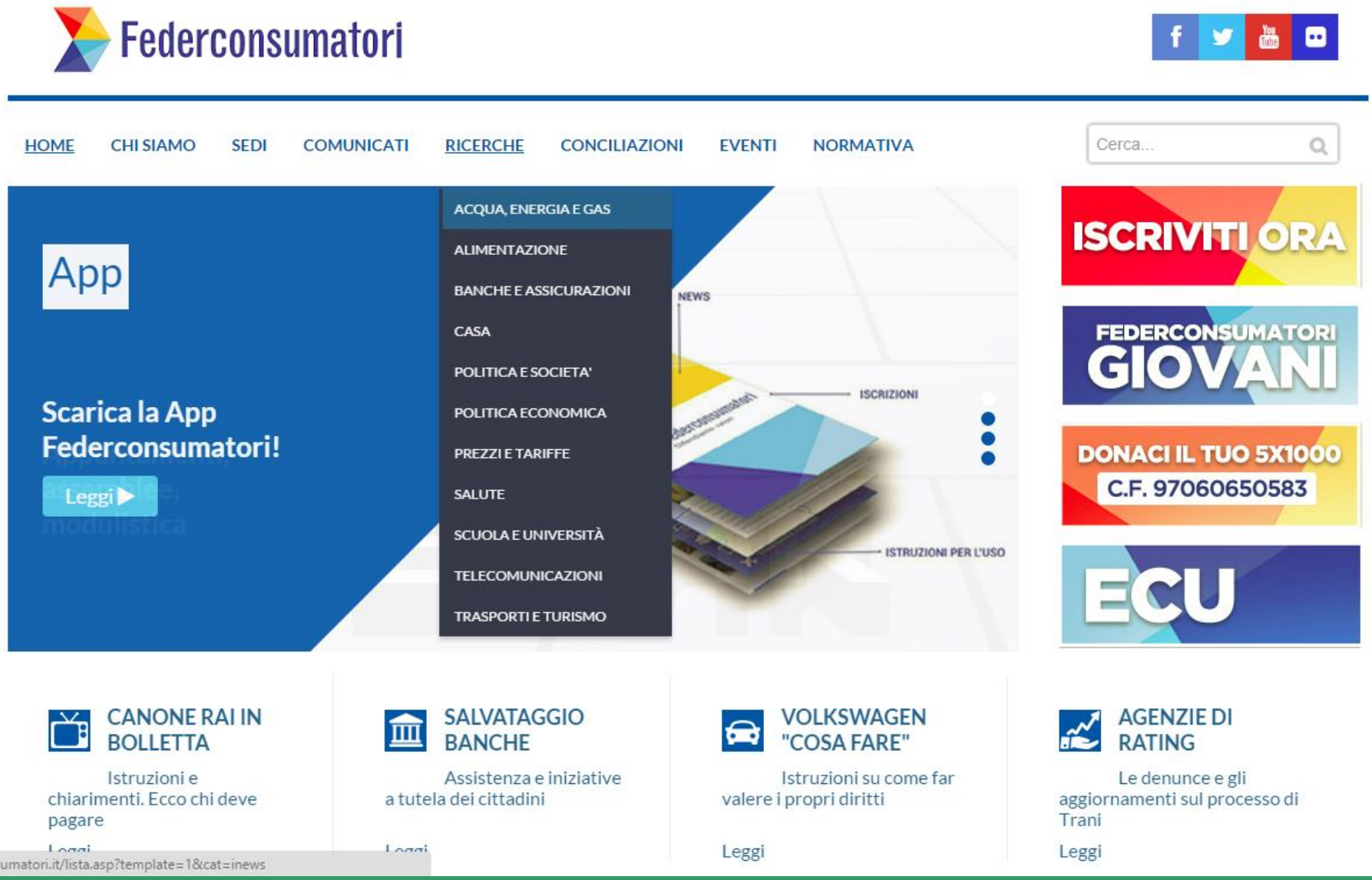


LE ASSOCIAZONI DI CATEGORIA

LE ASSOCIAZONI DI CATEGORIA



ASSOCIAZIONI DI CONSUMATORI

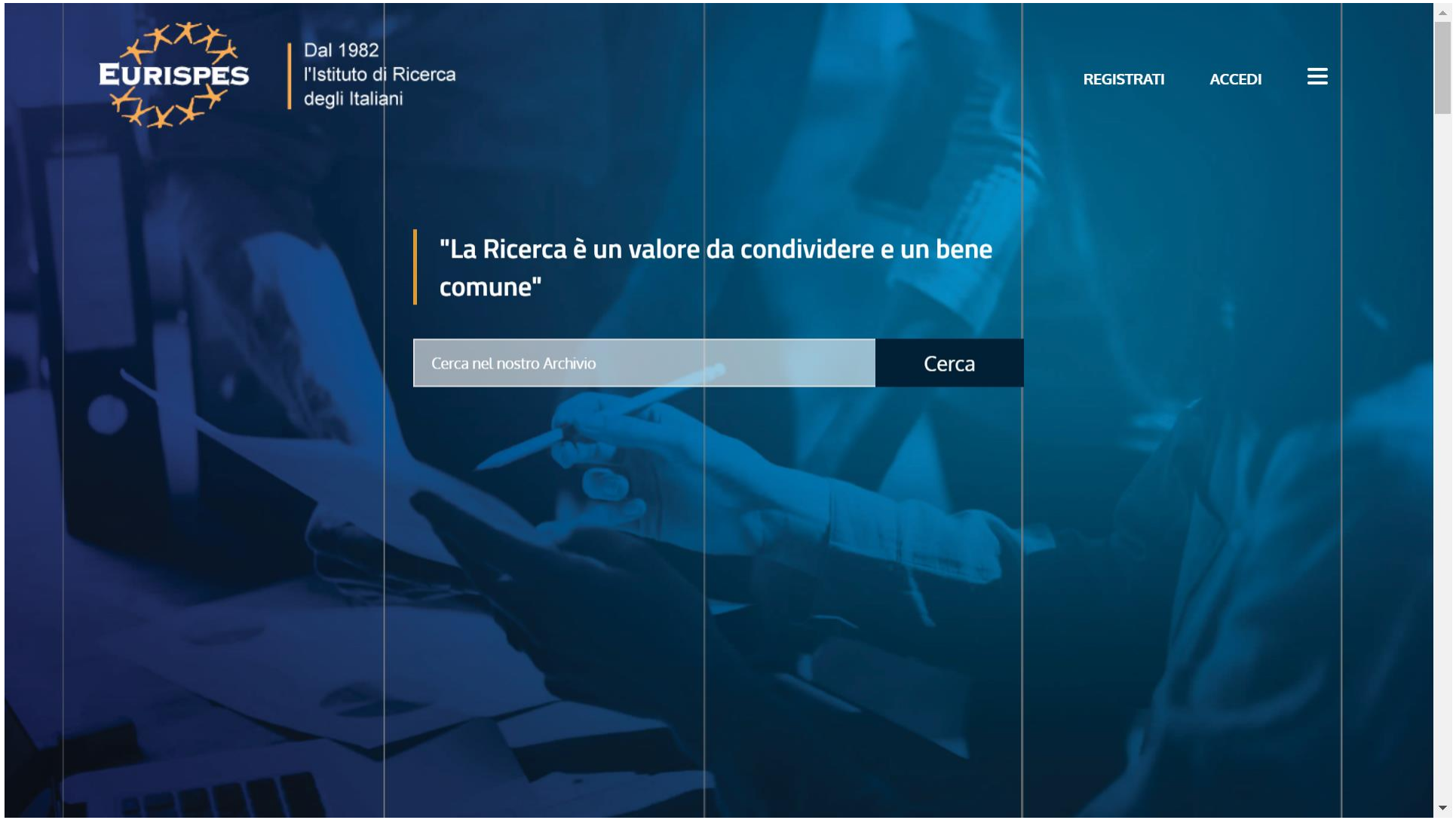


CENSIS
Da oltre 50 anni interpreti del Paese
FORMAZIONE
LAVORO
WELFARE E SALUTE
TERRITORIO E RETI
ECONOMIA
COMUNICAZIONE
GOVERNO PUBBLICO
SICUREZZA E CITTADINANZA
Cerca
IL CENSIS
CONTATTI E RIFERIMENTI
POLICIES
EVENTI
I media e la costruzione dell'identità
16° RAPPORTO SULLA COMUNICAZIONE
Mentre le diete mediatiche degli italiani si ricompongono in modo radicale e le grandi narrazioni del passato vanno in pezzi, si è aperto il problema della costruzione dell'identità e delle appartenenze dentro nuove cornici di senso collettivo. Che ruolo giocano i media in questo scenario in rapida trasformazione, tra cris della globalizzazione, messa in discussione della società m rinserramento territoriale, percezione di
« FURORE »
NUMERI E PAROLE
Il furore di vivere degli italiani ha vinto su tutto: l'incertezza si è trasformata in stratagemmi individuali per difendersi dalla scomparsa del futuro.
RAPPORTO ANNUALE
EDITORIALI E INTERVISTE
Quanto ci costa il virus
53° Rapporto sulla situazione sociale del Paese
2019
DETTAGLI E ACQUISTO

CENSIS

http://www.censis.it

- Il Censis, Centro Studi Investimenti Sociali, è un istituto di ricerca socio-economica fondato nel 1964.
- Il Censis svolge da oltre cinquant'anni una costante e articolata attività di ricerca, consulenza e assistenza tecnica in campo socio-economico.
- Il lavoro di ricerca viene svolto prevalentemente attraverso incarichi da parte di Ministeri, amministrazioni regionali, provinciali, comunali, camere di commercio, associazioni imprenditoriali e professionali, istituti di credito, aziende private, gestori di reti, organismi internazionali, nonché nell'ambito dei programmi dell'Unione europea.
- L'annuale **«Rapporto sulla situazione sociale del Paese»**, redatto dal Censis sin dal 1967, viene considerato il più qualificato e completo strumento di interpretazione della realtà italiana.


EURISPES
Dal 1982
l'Istituto di Ricerca
degli Italiani
REGISTRATI
ACCEDI
"La Ricerca è un valore da condividere e un bene comune"
Cerca nel nostro Archivio
Cerca

NUMERI, DATI E TENDENZE DELL'ITALIA CHE CAMBIA

Search

italiani.coop

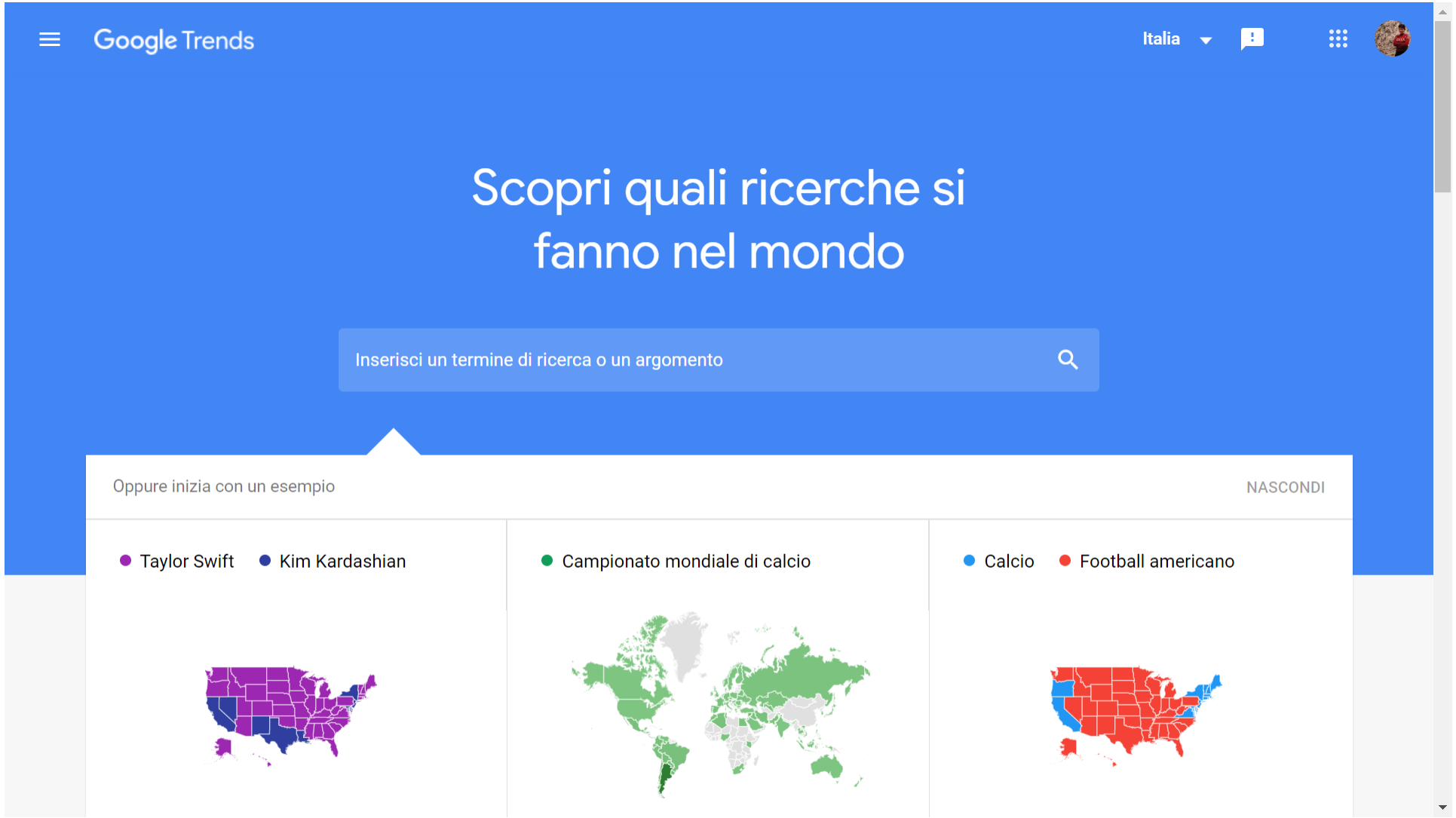
HOME CIBO CONSUMI FAMIGLIE LIFESTYLE TERRITORI VISIONI

INFOGRAFICHE INTERACTIVES VIDEO DATACLIP SPECIALI RAPPORTO COOP

Rapporto Coop 2019. Anteprima digitale

Come si evolvono i gusti degli italiani e come sono le famiglie del Paese. Come è la nostra casa o la nostra auto e cosa mettiamo in tavola. Ecco il il nuovo rapporto sull'economia, sui consumi e sugli stili di vita degli italiani di oggi

POSTED ON 11 SETTEMBRE 2019 | IMPERDIBILI, RAPPORTO COOP | 11 COMMENTS


Google Trends
Italia
Scopri quali ricerche si fanno nel mondo
Inserisci un termine di ricerca o un argomento
Oppure inizia con un esempio
NASCONDI
Taylor Swift
Kim Kardashian
Campionato mondiale di calcio
Calcio
Football americano

Tipologie di dati

DATI	Interne	Esterne
Primari	**Dati provenienti da attività di marketing intelligence** *Es: soddisfazione dei clienti, azioni della concorrenza, previsioni di vendita*	
Secondari	**Dati provenienti dai sistemi di rilevazione aziendali** *Es.: risultati di vendita, analisi scostamenti budget*	**Dati provenienti da fonti istituzionali o esterne all'impresa**

FONTI INFORMATIVE

Fonte: Molteni L., Troilo G., Ricerche di marketing,McGraw-Hill, 2012.

Il sistema di marketing intelligence

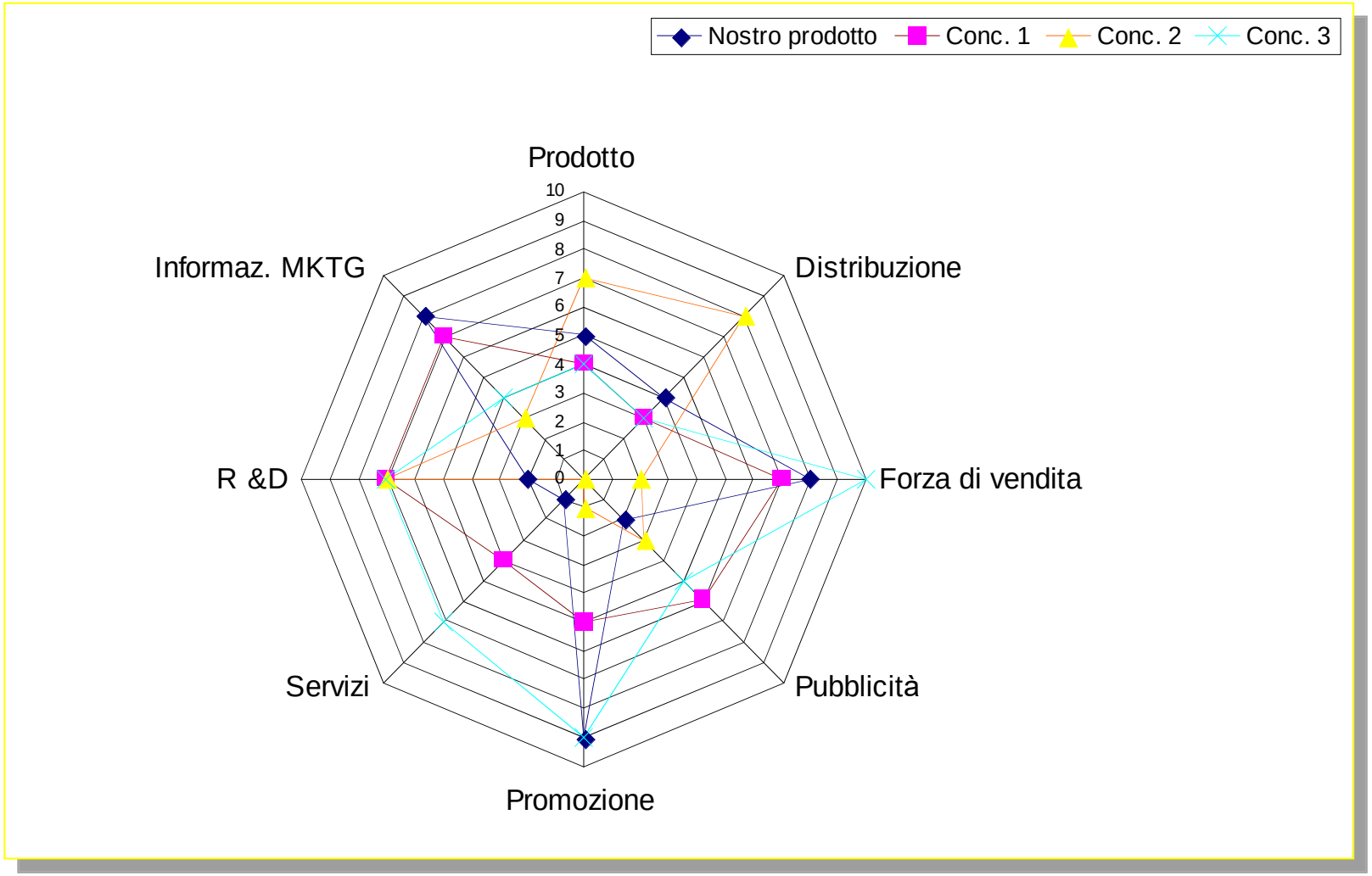
- Si basa su **dati primari** di **fonte interna**.
- Se svolta in modo continuativo, questa attività consente di tenere sotto controllo clienti (esistenza nuovi clienti, evoluzione clienti attuali, nuovi bisogni) e concorrenti (entrata nuovi concorrenti, evoluzione), tenendo quindi sotto controllo la posizione competitiva dell'impresa.

- Metodi:
  - utilizzo del personale dell'area Vendita o Commerciale (es. venditori diretti, area manager, key account manager, merchandiser);
  - creazione di centri informativi interni.

Benchmarking

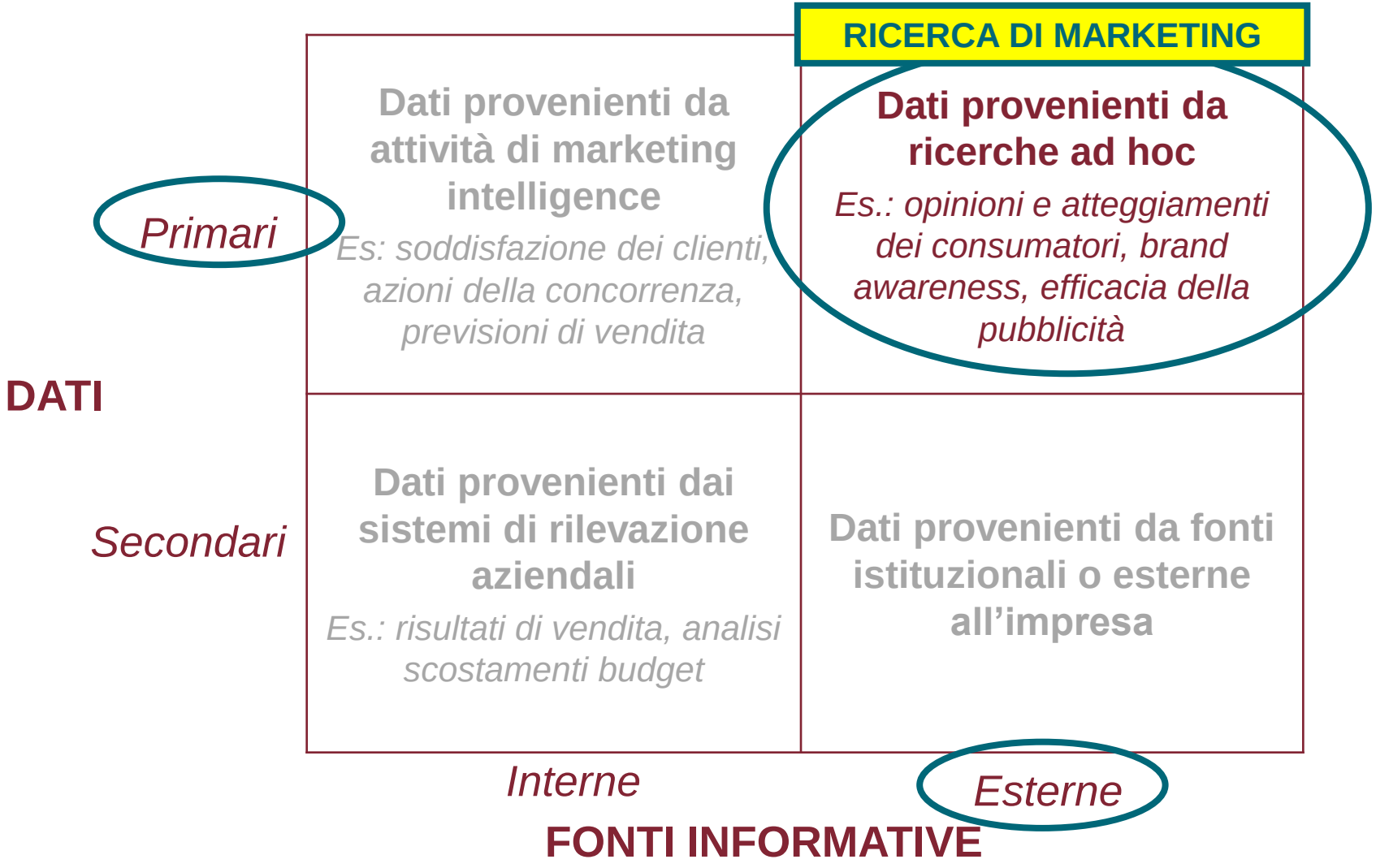
Elementi della product offering	Nostro prodotto	Conc. 1	Conc. 2	Conc.3
Prodotto				
Marca				
Trading				
Sito web				
Forza di vendita				
Prezzo				
Promozione				
Comunicazione				
Customer service				

Benchmarking



LUMSA UNIVERSITÀ

Tipologie di dati



Fonte: Molteni L., Troilo G., Ricerche di marketing,McGraw-Hill, 2003.

A cosa servono le ricerche di marketing?

Servono essenzialmente a:

- capire e magari accorgersi di verità che le nostre convinzioni ci nascondono,
- controllare gli esiti delle attività di mercato dell'impresa,
- riuscire a *vedere* bene dove gli altri *guardano*.

SUPPORTO ALLA COMPRENSIONE E ALLE DECISIONI

+

CONTROLLO RISULTATI

Importanza della ricerca di marketing

- SUPPORTO ALLA COMPRENSIONE: scoprire, analizzare, misurare, prevedere i fattori di mercato

- SUPPORTO ALLA DECISIONE: individuare obiettivi, strategie e strumenti di marketing più appropriati

- SUPPORTO AL CONTROLLO: valutare i risultati di piani e azioni di marketing in corso o concluse

I do e I don’t della ricerca di marketing

Una ricerca di marketing *non*…

1. …OFFRE CERTEZZA DI SUCCESSO
2. …RACCONTA VERITA’ ASSOLUTE
3. …RISOLVE I PROBLEMI
4. …IDENTIFICA STRATEGIE PRECONFEZIONATE

Una ricerca di marketing …

1. …DIMINUISCE IL RISCHIO DI ERRORE
2. …AIUTA A COMPRENDERE UNA REALTA’/FENOMENO
3. …SUPPORTA IL PROCESSO CREATIVO DEL MANAGER
4. …FORNISCE INFORMAZIONI UTILI