Marketing operativo

Il marketing operativo è l'attuazione concreta della strategia di marketing attraverso le azioni di marketing quotidiane dell'azienda. In altre parole, il marketing operativo è l'insieme di tutte le attività di marketing che mirano a raggiungere gli obiettivi di marketing dell'azienda.

Le attività di marketing operativo includono:

1. Progettazione dei prodotti: sviluppo di nuovi prodotti o miglioramento di quelli esistenti, in base alle esigenze del mercato e ai feedback dei clienti.
2. Gestione dei prezzi: definizione dei prezzi dei prodotti e dei servizi offerti dall'azienda, in base alla concorrenza e alle esigenze dei clienti.
3. Gestione della distribuzione: scelta dei canali di distribuzione più efficaci per raggiungere i clienti, in base alla tipologia di prodotto, alla zona geografica e alla concorrenza.
4. Promozione: definizione e realizzazione di attività promozionali, come la pubblicità, le relazioni pubbliche, le attività di sponsorship e le promozioni, per aumentare la consapevolezza del marchio e generare interesse per i prodotti dell'azienda.
5. Gestione del marketing diretto: utilizzo di tecniche di marketing diretto, come l'email marketing, il telemarketing e il direct mail, per raggiungere i clienti in modo diretto e personalizzato.
6. Analisi dei dati di marketing: monitoraggio delle attività di marketing e analisi dei dati per valutare l'efficacia delle campagne di marketing e apportare eventuali correzioni.

Il marketing operativo è importante per l'azienda poiché permette di raggiungere gli obiettivi di marketing a lungo termine. Inoltre, l'adozione di tecniche di marketing

operativo efficaci consente all’azienda di ottenere un vantaggio competitivo sul mercato, aumentare la sua quota di mercato e migliorare la sua immagine aziendale.