

IL PERCORSO DI MARKETING 2019

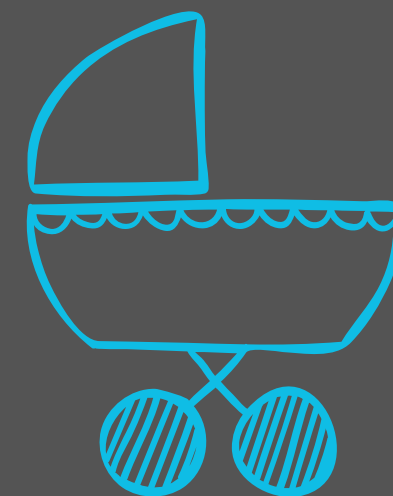
OBIETTIVI E STRUMENTI



TRE ANNI DI RETE DEL MARKETING: COSA ABBIAMO FATTO



2017 ➡ 2019



1

STUDIATO IN PROFONDITÀ IL NOSTRO TARGET

2

ANALIZZATO IL MERCATO E MESSI A FUOCO I RISCHI E LE OPPORTUNITÀ DI VALORE

3

INIZIATO A LAVORARE CON STRUMENTI DI PIANIFICAZIONE STRATEGICA, DEFINENDO: OBIETTIVI, GOALS, STRATEGIE

4

MESSO A SISTEMA LE ATTIVITÀ CHE HANNO DATO I MIGLIORI RISULTATI IN TERMINI DI MARKETING, CONDIVISO I PROBLEMI E TROVATE SOLUZIONI

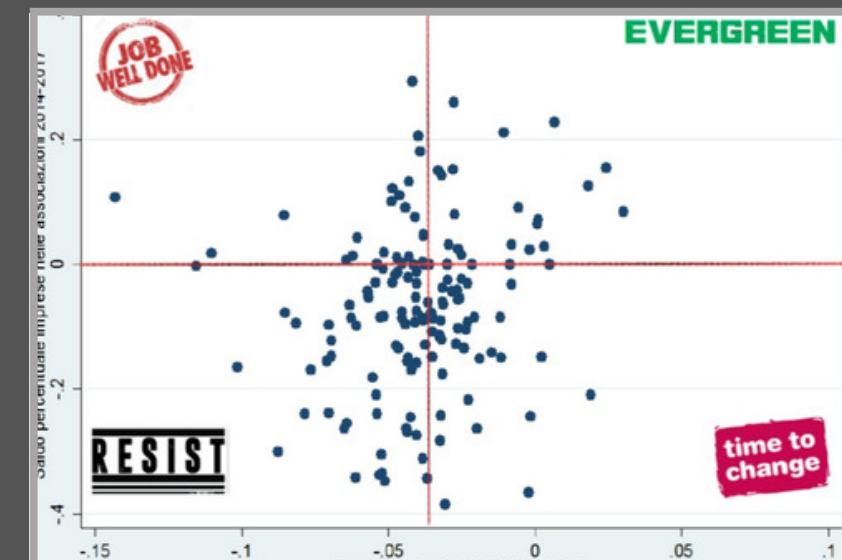
5

AVVIATO UN PROCESSO DI ORIENTAMENTO AL MERCATO DI TUTTA L'ORGANIZZAZIONE, CON SESSIONI AD HOC NELLE ASSOCIAZIONI

6

CREATO UN GRANDE TEAM CHE COSTRUISCE STRATEGIE DAL BASSO

..E LE METTE IN CAMPO A TAPPETO SUI TERRITORI E NEI SETTORI



ABBIAMO CAPITO CHE INSIEME
POSSIAMO FARE LA DIFFERENZA

INNOVATION

DISRUPTION



DOING THE SAME
THINGS A BIT
BETTER

DOING NEW
THINGS

MAKING THINGS THAT
MAKE THE OLD THINGS
OBSOLETE

INIZIANDO A RAGIONARE E AD AGIRE COME UN'AZIENDA...

OGSM

**LISTE
TARGET**

**ANALISI
SWOT**

**BENCHMARK
MARKET
SHARE**

SEGMENTAZIONE

**COMPETITIVE
ROLE MODEL**

**GAP
ANALYSIS**

.....



CI SIAMO MESSI NEI "PANNI" DELLA NOSTRA BASE (CAPENDOLA MEGLIO)



OGGI GIOCHIAMO CON STRUMENTI SOLIDI LA PARTITA DELLA COMPETITIVITÀ

ADESSO
GUARDIAMO
OLTRE



I DUE ASSET DEL NOSTRO 2019

1

OBIETTIVI
DI SISTEMA
PIÙ ARTICOLATI
E SFIDANTI



2

NUOVI
STRUMENTI
PER
RAGGIUNGERLI



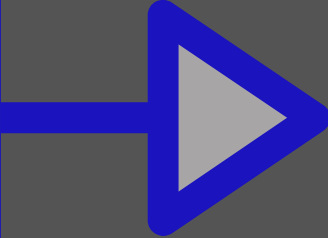
TARGET DI SISTEMA

GUARDIAMO AVANTI: UN OBIETTIVO UNICO DI SISTEMA



TARGET 2019:
PUNTIAMO
L'ASTICELLA
PIÙ IN ALTO

L'obiettivo tiene conto dello scenario macro-economico che va a delinearsi per il 2019 e si basa sul numero dei dipendenti delle imprese dichiarato dalle Associazioni



**CONSOLIDAMENTO DEI 4,6 MLN DI DIPENDENTI
DELLE IMPRESE PER IL COMPLESSO DELLE
ASSOCIAZIONI INQUADRATE**

L'OBIETTIVO IMPLICA UN INCREMENTO DI +4.000
DIPENDENTI RISPETTO AL DATO RAGGIUNTO NEL
2018 (QUANDO È STATO REGISTRATO UN +15.000)

**il dato di partenza relativo al numero di dipendenti fa esclusivo riferimento a quanto dichiarato dalle Associazioni nel Registro Imprese. Non sono inclusi i dati delle componenti del Sistema che non dichiarano, totalmente o parzialmente, le loro associate nel Registro*

I principali istituti di previsione hanno rivisto al ribasso le stime sul PIL e sull'occupazione per il 2019, che ora in molti casi hanno segno negativo. In questo quadro molto incerto l'obiettivo di marketing, pur connotato positivamente, è prudente. Di qui, il focus sul concetto di **consolidamento del risultato raggiunto l'anno precedente**

KEY WORD: MISURABILITÀ

OBIETTIVI



IN AZIENDA, **COME IN CONFINDUSTRIA**, GLI OBIETTIVI MARKETING DEVONO ESSERE MISURABILI

QUINDI: ESPRESSI IN NUMERI O PERCENTUALI

PER:

- 1 guardare avanti: cosa ci aspetta?
- 2 prevedere gli ostacoli e gestirli
- 3 controllare singolarmente il nostro avanzamento
- 4 confrontarci

*"YOU GET
WHAT
YOU MEASURE"*



KPI

OBIETTIVI



PIANIFICHIAMO E MONITORIAMO MEGLIO IL NOSTRO VIAGGIO

UNO STRUMENTO
DI BENCHMARK
PER MISURARE
LE PERFORMANCES
DELLE SINGOLE
COMPONENTI
DEL SISTEMA



- UN BENCHMARK PER OGNI ASSOCIAZIONE
- MONITORAGGIO: UN CHECK OGNI SEI MESI



AD OGNI ASSOCIAZIONE, UN OBIETTIVO

TARGET DI SISTEMA

ASSOCIAZIONI DI TERRITORIO

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

SOTTO OBIETTIVO GENERALE

SOTTO OBIETTIVO GENERALE

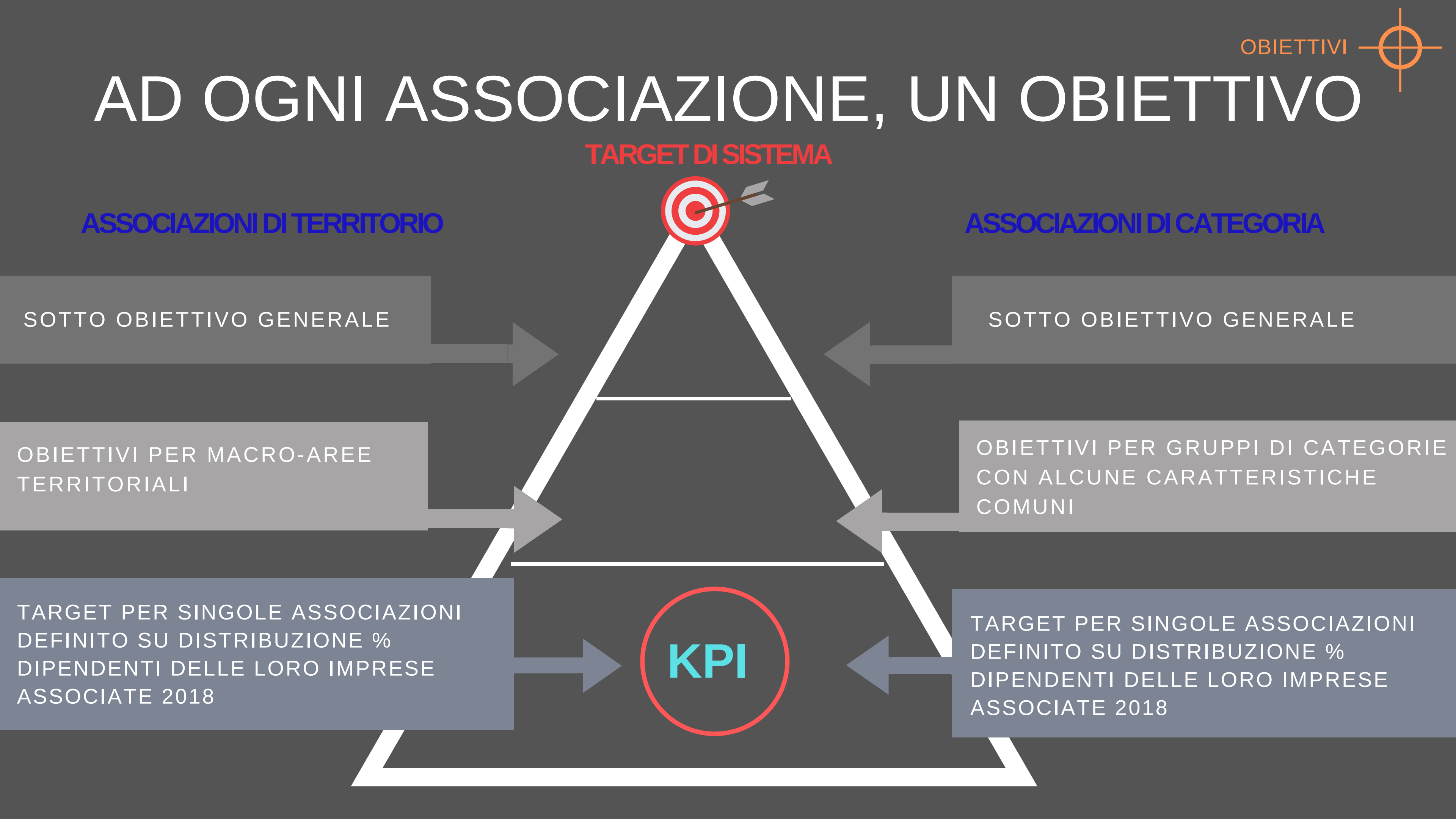
OBIETTIVI PER MACRO-AREE
TERRITORIALI

OBIETTIVI PER GRUPPI DI CATEGORIE
CON ALCUNE CARATTERISTICHE
COMUNI

TARGET PER SINGOLE ASSOCIAZIONI
DEFINITO SU DISTRIBUZIONE %
DIPENDENTI DELLE LORO IMPRESE
ASSOCIATE 2018

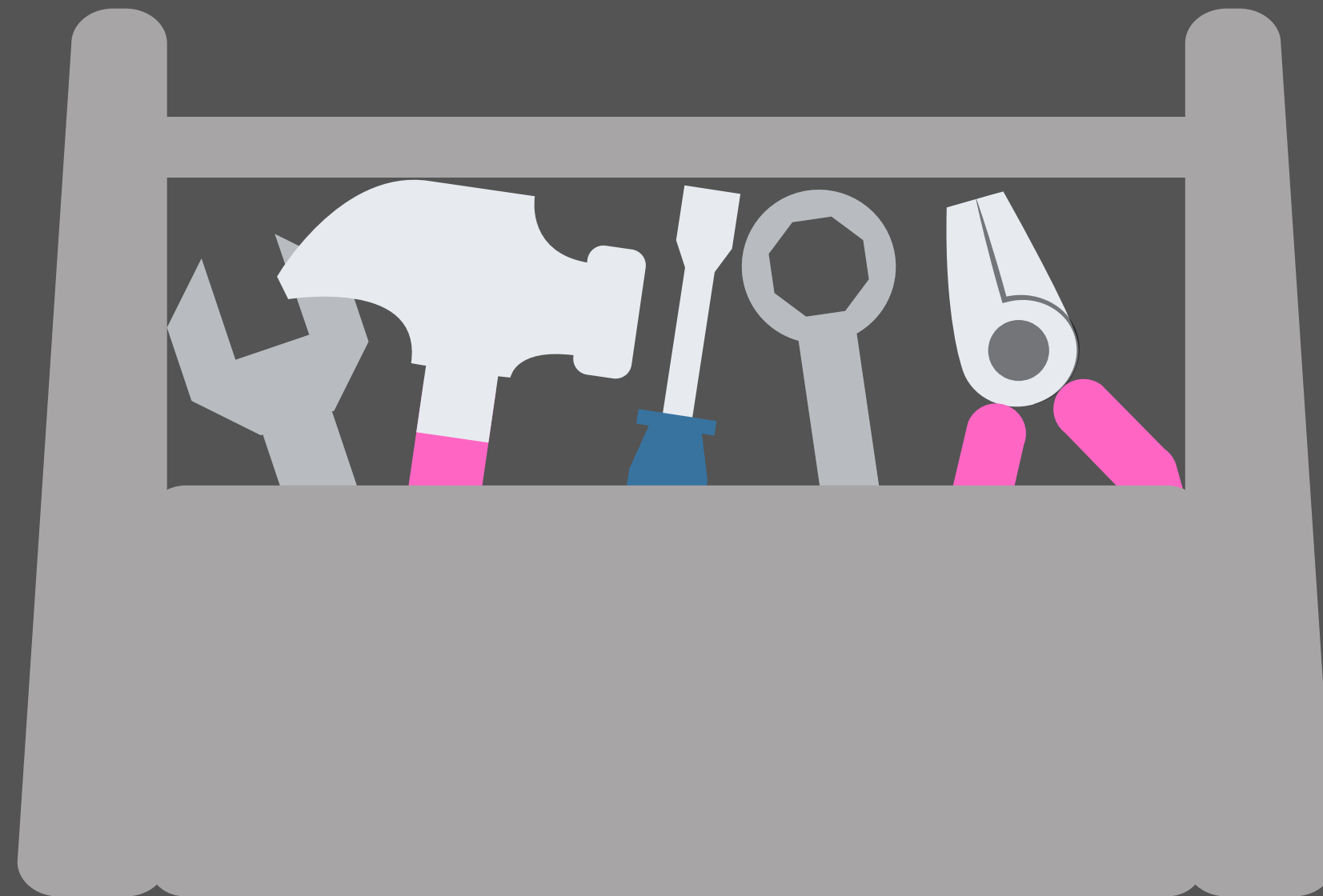
TARGET PER SINGOLE ASSOCIAZIONI
DEFINITO SU DISTRIBUZIONE %
DIPENDENTI DELLE LORO IMPRESE
ASSOCIATE 2018

KPI





OBIETTIVI MA ANCHE STRUMENTI PER RAGGIUNGERLI



PEOPLE FIRST



IN PRIMO PIANO LA FORMAZIONE

DUE PERCORSI AL VIA



DIRETTORI E RESPONSABILI MARKETING ("EXPERTS")

PER PROFESSIONISTI SEMPRE PIÙ COMPETENTI ED
EFFICACI NELLA CONCRETA RELAZIONE CON LE IMPRESE

TUTTI I FUNZIONARI DEL SISTEMA ("TECNICI" E ALTRI RUOLI ASSOCIATIVI)

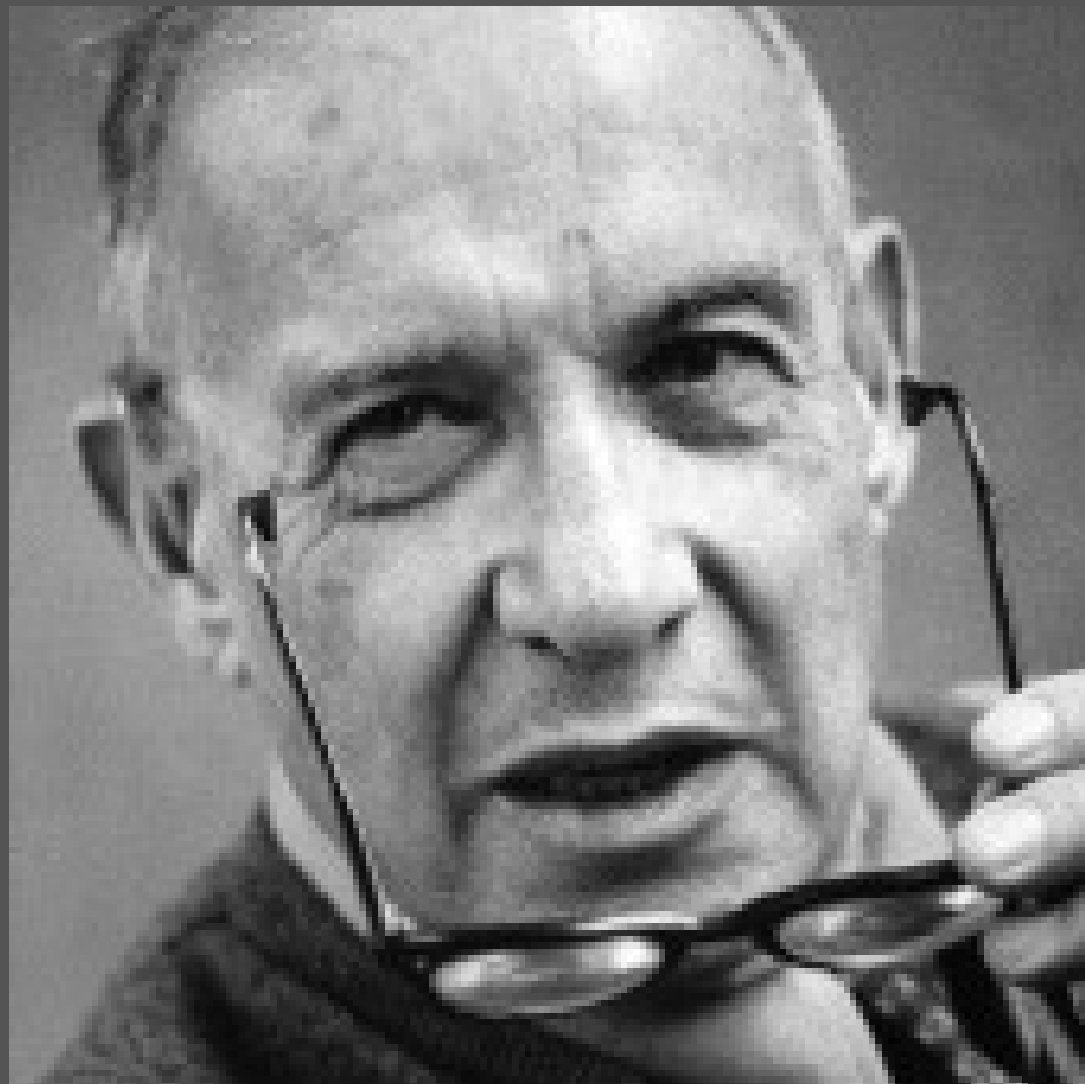
PER PROFESSIONALS DALLO SGUARDO "LARGO",
CON COMPETENZE VERTICALI ELEVATE MA ANCHE
CAPACITÀ DI ABBRACCIARE TUTTA L'ORGANIZZAZIONE
E CONTRIBUIRE AL MEGLIO ALL'ESTENSIONE DELLA BASE



FORMAZIONE: UN NUOVO PARADIGMA

UN APPROCCIO AL MERCATO "DIFFUSO"
PER LA CONFINDUSTRIA CHE INNOVA

Peter Drucker
studioso di organizzazione aziendale 1974



“Il marketing non è (solo) un’attività specializzata. Si tratta invece di considerare l’intero business dal punto di vista del risultato e dell’utente finale. La cura e responsabilità per il marketing dovrebbe permeare tutte le aree dell’azienda”

FORMAZIONE: GLI APPUNTAMENTI

SAVE THE DATE

SESSIONI FORMATIVE AVANZATE PER DIRETTORI E MARKETERS

PRIMO MODULO

ROMA

14 GIUGNO 2019

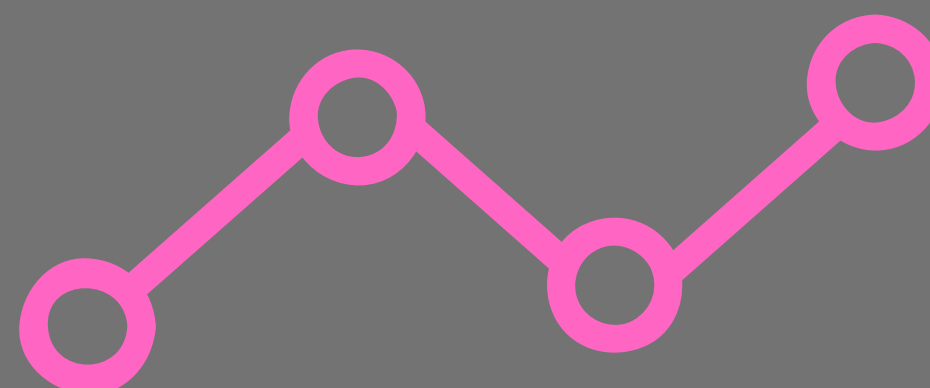
CONFINDUSTRIA

SECONDO MODULO

MILANO

7 NOVEMBRE 2019

SEDE TBD





FORMAZIONE: GLI APPUNTAMENTI

SAVE THE DATE

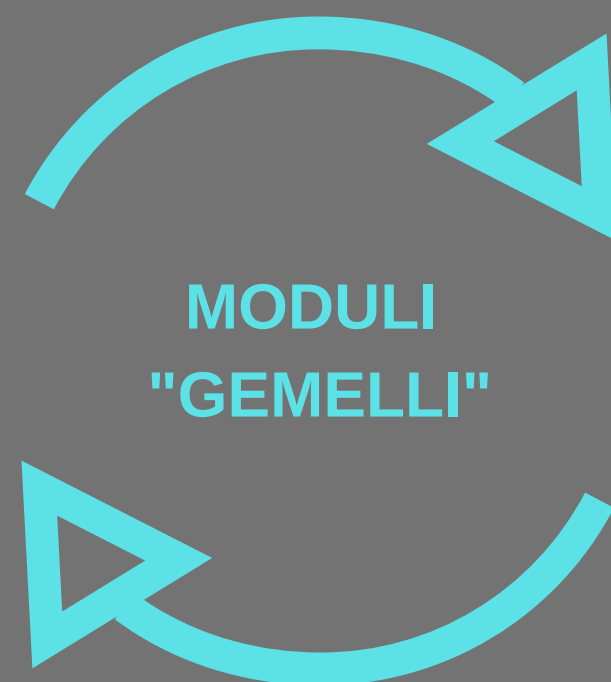
SESSIONI DI ORIENTAMENTO AL MERCATO PER TUTTO IL SISTEMA

OPZIONE 1

ROMA

13 GIUGNO 2019

CONFINDUSTRIA



OPZIONE 2

MILANO

8 NOVEMBRE 2019

SEDE TBD

E OVVIAMENTE..

UN GRANDE LAVORO DI SQUADRA PER LA MIGLIORE RIUSCITA DEL NOSTRO PROGETTO-CHIAVE DI SISTEMA

CON LA MASSIMA
PARTECIPAZIONE
DELLE IMPRESE,
UN FOCUS
SUL MANIFATTURIERO
E UNA FORTE SPINTA
AL MARKETING ASSOCIATIVO



E ORA...



PREMIAMO
I MARKETING
CHAMPIONS

ABBIAMO DEFINITO UNA ROSA
DI PREMI (DISTINTI PER
TERRITORIO E CATEGORIE)



..PERCHÈ UNA BUONA
PERFORMANCE DI SISTEMA HA
PIU DI UNA DIMENSIONE..

PREMI PER ASSOCIAZIONI

- **ALTA FEDELITÀ** CAPACITÀ DI FIDELIZZAZIONE, MEDIA PONDERATA TRA MINORI PERDITE 2018 E INCIDENZA RELATIVA SUL SALDO TOTALE DELLE UNITÀ LOCALI
- **ALTO DINAMISMO** NUOVE IMPRESE ACQUISITE 2018 (IN RAPPORTO ALLE UNITÀ LOCALI TOTALI 2018, PER TENERE CONTO DELLE DIMENSIONI RELATIVE DELLE ASSOCIAZIONI)
- **ALTO CONTRIBUTO AL SISTEMA** INCREMENTO % DIPENDENTI NEL 2018 RISPETTO A 2017
- **ALTO IMPATTO** MEDIA PONDERATA TRA SALDO IMPRESE E SALDO DIPENDENTI. PER CHI PORTA NEL SISTEMA NON SOLO TANTE IMPRESE, MA AZIENDE DI MAGGIORI DIMENSIONI
- **OVER BENCHMARK** CAPACITÀ DI PERFORMANCE SUPERIORE A QUELLA MEDIA REGISTRATA DALLE ASSOCIAZIONI DELLA STESSA MACRO-AREA TERRITORIALE

**PREMIO
SOLO PER
ASSOCIAZIONI
DI TERRITORIO**

ASSOCIAZIONI DI TERRITORIO

PREMIO ALTA FEDELTA'

UNINDUSTRIA CALABRIA

UNUNIONE DEGLI INDUSTRIALI E DELLE IMPRESE DELLE
PROVINCE DI CATANZARO, COSENZA, CROTONE,
REGGIO CALABRIA, VIBO VALENTIA

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

PREMIO ALTA FEDELITÀ

UNIONE ITALIANA
FOOD

ASSOCIAZIONI DI TERRITORIO

PREMIO ALTO DINAMISMO

CONFINDUSTRIA
BENEVENTO

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

PREMIO ALTO DINAMISMO

CONFINDUSTRIA
DISPOSITIVI
MEDICI

ASSOCIAZIONI DI TERRITORIO

PREMIO ALTO CONTRIBUTO AL SISTEMA

CONFINDUSTRIA
VICENZA

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

PREMIO ALTO CONTRIBUTO AL SISTEMA

ACIMGA

ASSOCIAZIONI DI TERRITORIO

PREMIO ALTO IMPATTO

ASSOLOMBARDA

CONFINDUSTRIA MILANO, MONZA E BRIANZA, LODI

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

PREMIO ALTO IMPATTO

FEDERAZIONE
ANIE

ASSOCIAZIONI DI TERRITORIO

SOLO
PER
ASSOCIAZIONI
DI
TERRITORIO

PREMIO OVER BENCHMARK

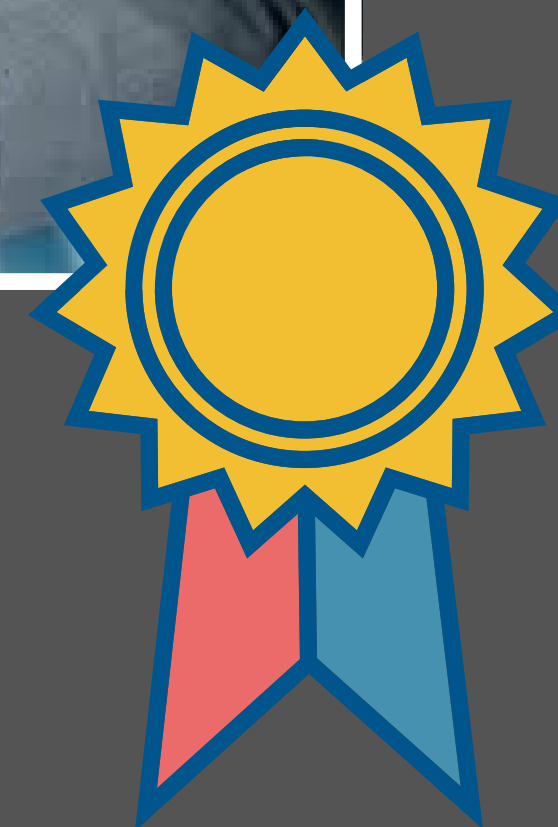
ASSINDUSTRIA VENETOCENTRO

IMPRENDITORI DI PADOVA E TREVISO

PREMIAZIONI 2020

WHATS' NEXT?

SINERGIE TERRITORIO-CATEGORIA:
PREMIO PER IL PROGETTO
DI MARKETING CONGIUNTO
A PIÙ ALTO IMPATTO



PROSSIMI APPUNTAMENTI

MEETING MARKETING SUI TERRITORI E NEI SETTORI

MEETING INTERTERRITORIALE CENTRO + SUD:

ROMA 9 MAGGIO

ORE 11.00 - 13.30

MEETING INTERTERRITORIALE NORD:

CONFINDUSTRIA PAVIA 14 MAGGIO

ORE 11.00 - 13.30

MEETING INTERTERCATEGORIE:

MILANO FEDERAZIONE CARTA E GRAFICA 15 MAGGIO

ORE 11.00 - 13.30

