MARKETING INTERNAZIONALE

Prof. Mauro Cavallone

Osservazioni & Spedizioni di MI, Codesign e Premio Marketing

AA 2024 – 25

COMMENTI Ed EXTRA POINTS RELATIVI ALLE PRESENTAZIONI

1. 5 dicembre

TEAM 10 CD "Jordan "mAIR" brand: nascita ed evoluzione di un'icona" 1 proponenti

Capitano:

Pollastro Matteo 0252005284 matteo.pollastro001@stundeti.uniparthenope.it

Membri gruppo: Matteo Stilla 0252005357, Giovanni Junior Perna 0252005072

presentazione

Matteo P intro e marketing esperienziale

Matteo S il brand

Giovanni valore del brand 15B sua evoluzione

Commento

OK teoria Per aumentare la fidelizzazione si deve sviluppare il brand, si parte dall'awareness

Ok to do list (concorrenti swot positioning ecc.)

Ok 4 tipi di gestione del brand (top branded)

Ok storia e acquisto converse, incontro con Vaccaro che mette Jordan al centro del progetto

Ok le 4 fasi del ME

Bene l'analisi e approfondimento sul marchio e situazioni avvenute con MJ, veloci sulla parte finale che era importante.

Bella la presentazione anche se non enfatizza i concetti importanti

Male gestione dei tempi (2 extra minuti)

molta passione pochi concetti

2 e.p.

2. **TEAM 7 codesign Jordan «mAIR brand» nascita evoluzione di un'icona**
Sara Rosaria Caputo 0252005135 sararosaria.caputo001@studenti.uniparthenope.it
Francesca Bertenni 0252004959,Carolina Amirante 0252005204

Presentazioni

Sara Intro / il prodotto

Francesca: il marchio storia

Carolina : aspetti tecnici della scarpa

Commento

Ok origine del nome del marchio Vittoria

Ok il timing 1971 2020 con i principali fatti

Ok "verbatim" interviste storia

Ok le tre caratteristiche: design stile esclusività limitata (e il resto della presentazione così)

Ok aspetti tecnici della scarpa

Ottimo il richiamare per punti gli aspetti principali

Bella e pulita la presentazione

OK Gestione dei tempi (in anticipo) forse si potevano dire più cose

2,5 e.p.

3. **TEAM 11 O &S prodotti Etnici 2 5.12'**

Gresia Fanale 0252004962

gresia.fanale001@studenti.uniparthenope.it Ludovica Annibale 0252004957, Ludovica Di Donato (in attesa di matricola è in trasferimento)

Presentazioni

Gresia: intro e impostazione e cous cous e noodles

Ludovica A analisi yogurt, salse

Ludovica D analisi riso basmati

Commento

Ok definizione di prodotti etnici, sia migrazioni che globalizzazione

Ok analisi dati prezzi referenze

Ok visite in negozi e immagini

Ok ampia analisi prodotti marchi e prezzi

Ok conclusioni con prodotti più esposto, paesi più rappresentati criterio usato "la cultura"

Ok logiche espositive (brand vs referenza)

Presentazione semplice e chiara

Ok indagine a 100 persone on line per avere un'idea dei prodotti più consumati e livello soddisfazione (no area dedicata nei supermercati) difficili da trovare

Molte più pagine rispetto alle consegne: "non abbiamo contato le pagine con le foto"…

Ok gestione del tempo

Molto lavoro e molto impegno

3 e.p.

4. **TEAM 8 O&S. prodotti etnici 1 5.12**

Capitano: Valerio Buono (0252005033) Valerio.Good13@Gmail.Com

Michela Riviezzo : 0252005068 , Salvatore Sautto: 0252005157

Presentazioni

Michela: indice intro e presentazione logiche di scelta dei supermercati, Flor do cafè

Valerio Conad

Salvatore MD video

Commento

Ok impostazione

Ok fotografia reparto Conad e criteri (5) con cui hanno fatto il paragone

Ok in MD non c'è il reparto etnico ma tutti i prodotti etnici sono prodotti da marche italiane

Ok Interviste video ad amici stranieri sui temi dell'analisi e raccolto pareri: andati a verificare: sia gli stessi prodotti da loro che marchi italiani nel paese Tunisia India e Cina

meno prodotti esaminati rispetto all'altro gruppo ok video finale per verifica estera

3 e.p

5. TEAM 3 CODESIGN CD 1 Il mondo delle App nell'e-commerce 2

[Capitano] Birotti Riccardo MATRICOLA: 0252005089

Mail istituzionale (anche allegata come CC): riccardo.birotti001@studenti.uniparthenope.it

Federico Renato MATRICOLA: 0252005180, D'Acunto Gennaro MATRICOLA 025200509

Presentazione

Riccardo: definizione e vantaggi app

Gennaro dropshipping

Renato parte finale

Commento

Ok competenza sul tema

Ok tre esempi di video comici su e commerce

Ok spiegazione dropshipping e sue logiche

Ok focus sulla moda nell'e-commerce

Cattiva gestione dei tempi (solo 2 minuti per il terzo presentatore)

Utilizzo di pagine multiple in una su dropshipping (ok contenuti no tempi)

Tanti video

2,5 e.p.

6. **TEAM 12 CD Il mondo delle app nell'e-Commerce 1 Proponente**

Giorgia Di Vaio 0252005132 , giorgia.divaio002@studenti.uniparthenope.it

Carolina Careddu 0252004965, Antonio Fusco 0252005216

Presentazioni

Carolina: app nel commercio on line

Giorgia: intro marketing digital per le app

Antonio: fidelizzazione, push

Commento

Ok intro e schema a tre key points

Ok vantaggi app

Ok l'aspetto schematico (3 aspetti principali) pag 5 ma manca la spiegazione di ognuno per chi non ascolta la presentazione o la ri-legge in un secondo momento, meglio la pagina 6.

Come per pagina 5 ASO per ottimizzazione app e le altre due voci non descritte

In generale troppo schematica la presentazione

NB.

Interrotti e Disturbati 3 volte da ingresso collega per info aula

2 e.p

2. 6 dicembre

1. **TEAM 6 codesign il marketing etico 1 proponenti**

Capitano Chiara Cozzi matricola 0252005153

Patrizia Alterio 0252005244, Marianna De Falco 0252005026

Presentazione

Marianna intro

Chiara differenze tra tipi di mktg

Patrizia: importanza dei dati

Commento

Bene intro con domanda/coinvolgimento ai colleghi

Ok chiediamoci quale sia il limite tra mktg tradizionale ed etico (ME)

Ok impatti del ME

Ok etica e fiducia (range 20% aziende etiche)

Ok esempio Ikea

Ok errori da evitare (chiesto info al Prof. di diritto)

Attenzione

Mettere sempre le citazioni degli autori quando si affermano fatti e dati di terzi (es 20% fidelizzazione) e Tim Bernerson-Lee

Sicure che l'esempio di cosa sia etico : i nomi sono messi a monte non sapendo chi prenderà la bottiglia

Ok sitografia

Manca una definizione?

No citazioni Letteratura?

2 e.p.

2. **Team 9** co-design **marketing etico e la privacy dei dati 2**

Roberta Fernandes, matricola 0252005006 , e-mail istituzionale roberta.fernandes001@studenti.uniparthenope.it

Claudia Graniello , matricola 0252005134 , Alessandro Di Nuzzo, matricola 0252004979

Presentazione

Claudia Definizione

Alessandro protezione dati

Roberta caso di studio Starbucks (su mktg ambientale)

Commento

Ok definizione 4 pilastri e responsabilità sociale

Ok in cosa consiste

Ok richiamo a greenwashing

Ok le sfide, i conflitti/ pressioni competitive e come affrontarli

Ok caso Starbucks nelle due componenti ambientale e privacy

Bene impostato a livello logico e schematico per punti

Attenzione

Di chi è la definizione di mktg etico? Manca la citazione

3 e.p.

3 TEAM 4 O&S Esposizioni 1 Cioccolato 6.12

Capitano: Nicoletta Cannas, Mat. 0252004968, nicoletta.cannas001@studenti.uniparthenope.it

Sabrina Cianniello, Mat. 0252004958; Micaela Brandi, Mat. 0252005206.

Presentazione

Sabrina: come sono stati fatti i calcoli

Nicoletta presentazione obiettivi

Commento

Ok logica dell'impostazione e spiegazione identificazione dei marchi

Ok spiegazione logiche di misurazione e quota di mercato espositiva

Ok quota di mercato espositiva dati e torta

Ok retailer scelti ed analizzati (sole 365 , conad ,flor do cafè)

Ok quote di mercato nazionali

Molto ben fatto, molto lavoro di rilevazione e di analisi

3 ep.

N.B.

I partecipanti di questo gruppo poichè è risultato il miglior lavoro, possono superare il limite di 5 ep (fino a max 6) in caso li abbiano guadagnati.

TEAM 5 Esposizioni 2 Cioccolato 6.12

Capitano Nome e Cognome: **Latif Kone**

Matricola: 0252004975 E-mail istituzionale: latif.kone001@studenti.uniparthenope.it

Gaia Di Gennaro Matricola: 0252005056, Giulia Savoia Matricola: 0252005117

Presentazione

Latif: intro

Gaia: our mission

Giulia: importanza dell'sposizione

Commento

Ok impostazione

Ok come leggere i dati raccolti (facing, quota espositiva, marchio, referenze , posizione)

Ok schema scaffale con i 5 indicatori x i tre retailer

Molti dati raccolti

Fatto sondaggio su Google con 50 persone

3 e.p.

3. 12 dicembre

TEAM 1 O&S gemelli diversi 1 (tre prodotti) 12.12

Capitano: Antonio Rianna 0252005305

antoniorianna04@gmail.com

Federica Saccone 0252005123, Diana Rita Scognamiglio 0252004903

presentazione

Antonio: presentazione

Federica: salumi

Diana: Marmellata

Commento

Ok schema riassuntivo con caratteristiche dei prodotti per avere un immediato confronto

Lo stesso per il prezzo con l'aggiunta dei delta dei prezzi tra private e industriale

Giusti i dubbi tra medesimo produttore e calorie diverse tra i due private label

Ok fotografie dei lineari

Nella parte della comunicazione ci sono le domande ma non le risposte (si volevano coinvolgere i colleghi in aula) era meglio mettere un riferimento scritto. Ok il commento che c'è stato.

Manca il conto dei facing per i prodotti esaminati

Bella la presentazione

Ok il commento finale

2,5 e.p.

TEAM 2 12.12 O&S gemelli diversi 2 (tre prodotti) 12.12

Roberta Pietrobelli 0252005169 3471083126 roberta.pietrobelli001@studenti.uniparthenope.it

Carolina Frungillo 0252005182, Emanuela Maria Pelella 0252005338

Presentazioni

Carolina: nascita del private label, e marmellate

Roberta: crakers

Emanuela: salumi

Commento

Ok storia della (white) e private label

Ok verifiche differenze di prezzo tra conad e decò e lo stesso per i facing x marmellata

Ok situazione opposta per esposizione dei crakers

Mancano le quote di mercato / spazio per lineari a di la del numero degli ”espositori” meglio usare “facing”

Sarebbe stato utile avere una pagina di conclusioni

Fonti ? sitografia ?

2 e.p.

PREMIO MARKETING “REGIONALE”

TEAM 13 Premio Marketing 5.12

Capitano Jasmine Aiello 0252005154(jasmine.aiello001@studenti.uniparthenope.it),

Antonio Farina, matricola 0252005042, Giovanni Di Maio, matricola 0252005046

Presentazioni

Antonio: Intro e presentazione “la strada giusta è sui binari” target porte swot

Giovanni: value proposition, canali distributivi

Jasmine: communication mix e budget

Commento

Ok titolo “la strada giusta è sui binari”

Ok target

Ok analisi di Porter (Dubbi su treni ad alta velocità come potenziale entrante in particolare per le tante fermate che fanno i treni regionali)

Ok swot

Ok brand proposition (vero che comunicano per tempo i ritardi cosa che non succede in autostrada)

Ok la matrice velocità/sostenibilità

Ok canali di vendita diretti e indiretti e possibile innovazione tap tap

Ok comunicazione sui diversi target: tradizionale e digitale e lo stesso per gli eventi.

Questionario a 50 persone con immagine negativa

Bella presentazione

3 e.p.

5 TEAM 15 Premio Marketing

Giada De Crosta 0252005047 (giada.decrosta001@studenti.uniparthenope.it)

Giulia Pugliese 0252005107 , Simone Socha 0252005185

Presentazione

Giulia : impostazione del progetto

Giada: pestel

Simone : la soluzione proposta

Commento

OK la nostra soluzione messa all'inizio come teaser

Ok concorrenza /swot e analisi competitor (POP e POD)

Ok ricerca di mercato 50 soggetti

Ok x le soluzioni App e fidelity card percorsi interattivi

Dubbio sul titolo: Eccellenza sostenibile in movimento riguarda il futuro e l'oggi come è valutato?

2,5 e.p.

6 **Team 17 13,01 Premio Marketing 6.12 FUTURO**

Laura Maisto, 0252004982 laura.maisto001@studenti.uniparthenope.it.

Sara Salzano 0252005008, Giulia Piccolo, 0252005347.

Presentazione

Laura intro

Sara :contenuto e 5 step

Giulia la comunicazione

Commento

Ok definizione del target (compreso turisti)

Bella l'idea di spotify per ricevere la canzone preferita

Ok le informazioni da inserire nell'app

Originali le idee per la comunicazione es biglietti museo gratis / con punti

Ok idee innovative

Bella/diversa la presentazione grafica anche non sempre leggibile al volo

la concorrenza e trend potevano essere più strutturati/descritti

2,5 e.p.

S.e.O.
Prof. M. Cavallone
Bergamo, 2 Gennaio 2025