

Conoscenza di mercato e internazionalizzazione

Simone Guercini
Università degli Studi di Firenze

Prato, 24 maggio 2005

Sommario

- 1) La conoscenza di mercato nella prospettiva del decisore aziendale
- 2) Interazione acquirente fornitore e processi di internazionalizzazione
- 3) Conoscenza di mercato e negoziazione integrativa nel tessile-abbigliamento

1. La conoscenza di mercato nella prospettiva del decisore aziendale

il ruolo di marketing del vertice d'impresa ed il concetto di marketing imprenditoriale

la conoscenza di mercato nel marketing manageriale: diffusione di linguaggi ed archetipi di riferimento

la conoscenza di mercato nel marketing imprenditoriale: personal contact networking e processi euristici

l'esigenza di integrazione della conoscenza manageriale ed imprenditoriale nell'impresa reale

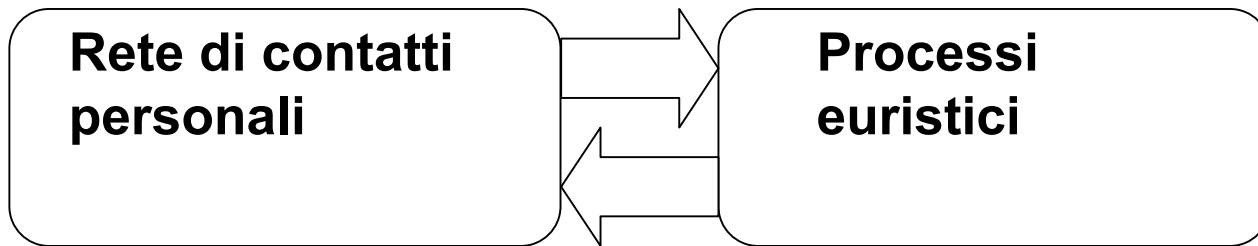
Tre concetti di marketing imprenditoriale



Archetipi nella conoscenza nel marketing manageriale

segmentazione	comunità
frammentazione	autoselezione

*Generazione della conoscenza di mercato nel marketing
imprenditoriale*



Tassonomia dei processi euristici nel marketing imprenditoriale

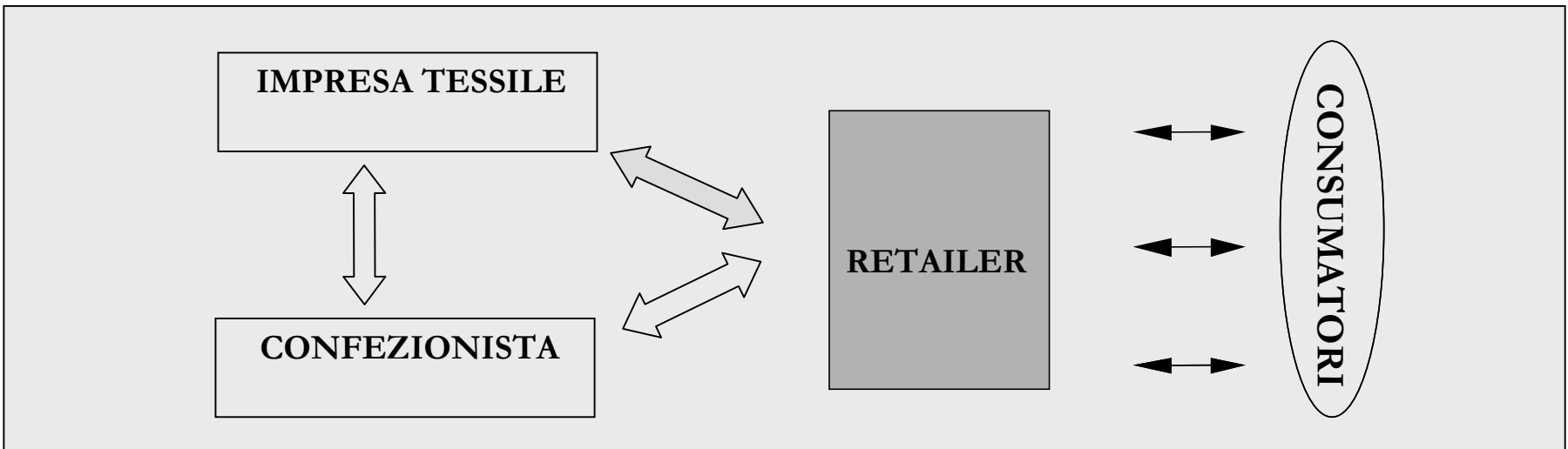
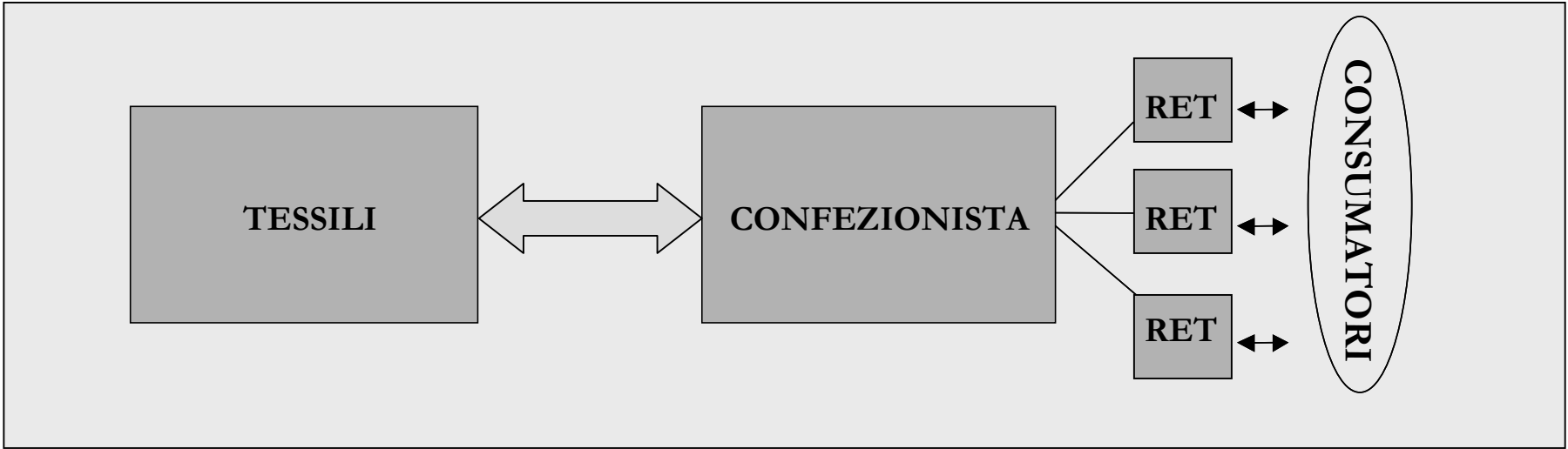
		Convergenza (campo di diffusione)	
		Bassa	Elevata
Specificità (campo di applicazione)	Elevata	Euristica specifica e distintiva	Euristica specifica e convergente
	Bassa	Euristica generale e distintiva	Euristica generale e convergente

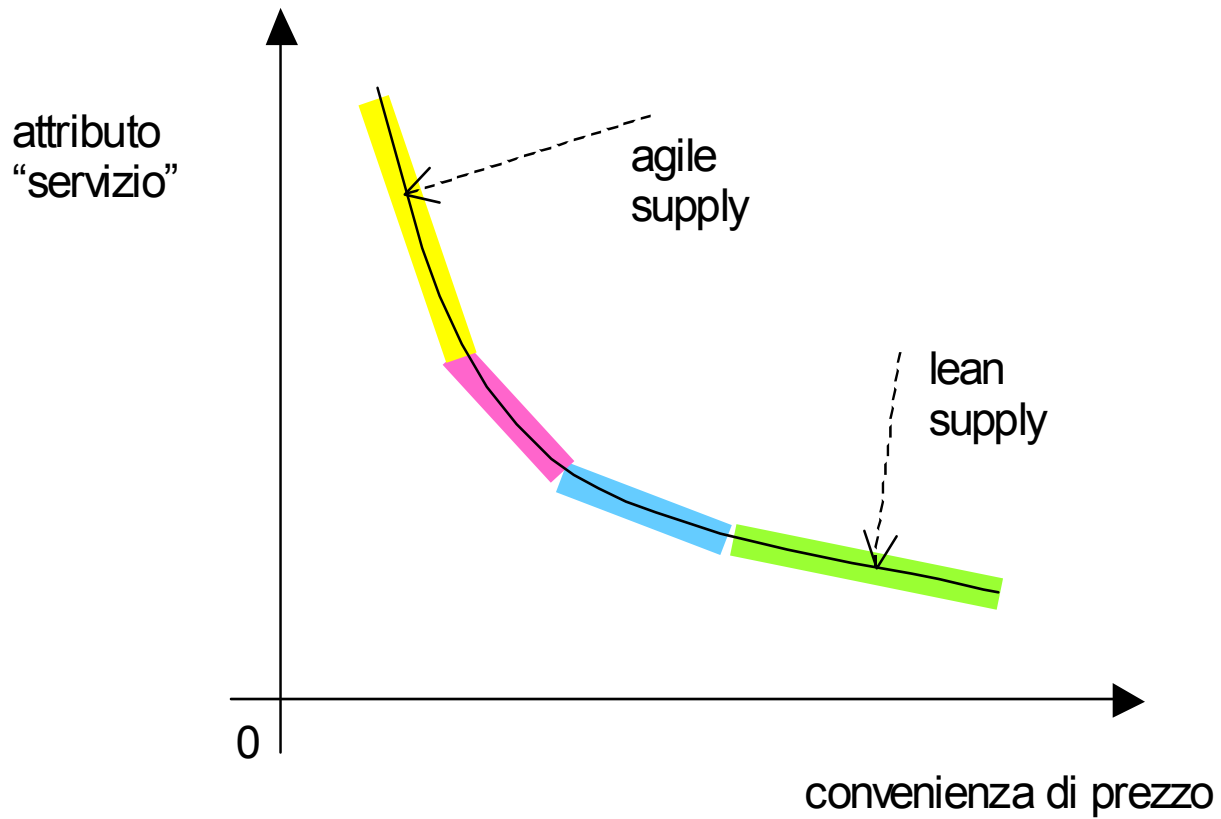
2. Interazione acquirente-fornitore e processi di internazionalizzazione

il cambiamento dei rapporti acquirente-fornitore in relazione ai processi di sourcing internazionale nel tessile e abbigliamento

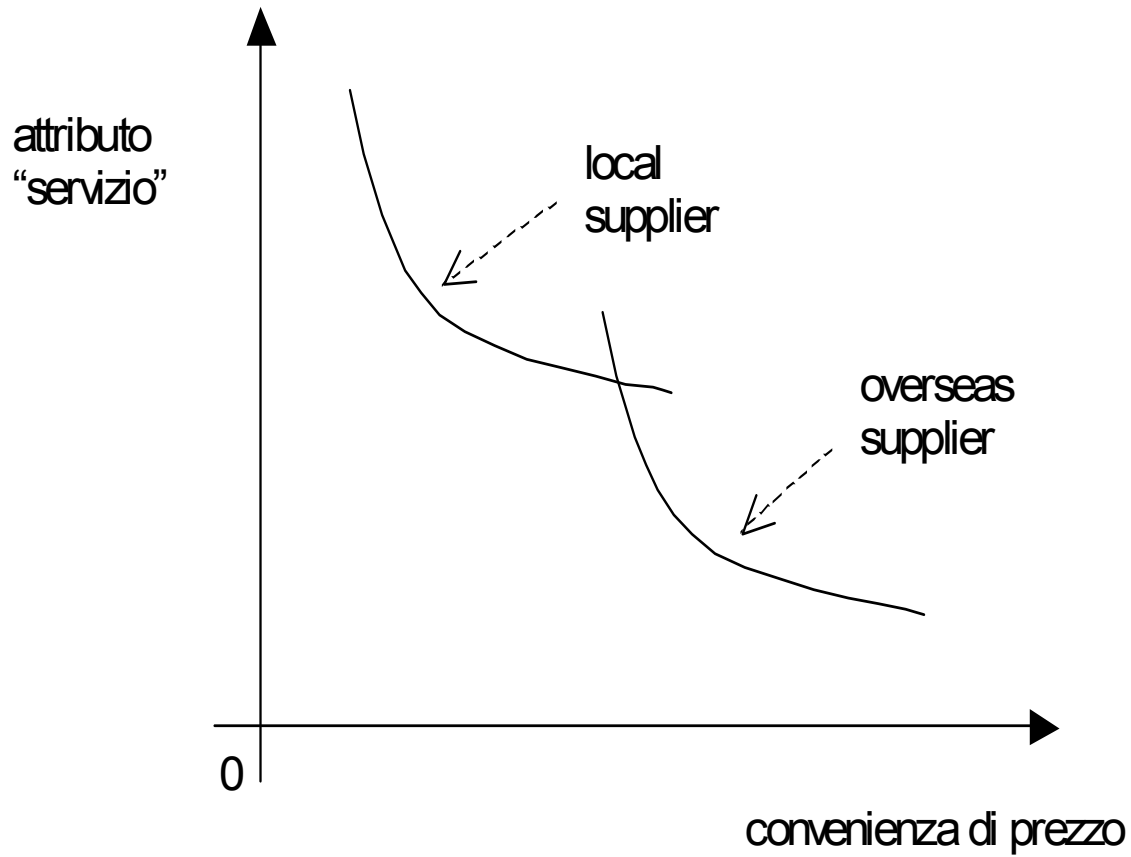
cambiamento degli assetti reticolari e
cambiamento dei processi interattivi

cambiamento delle politiche di sourcing e
processi decisionali dell'acquirente

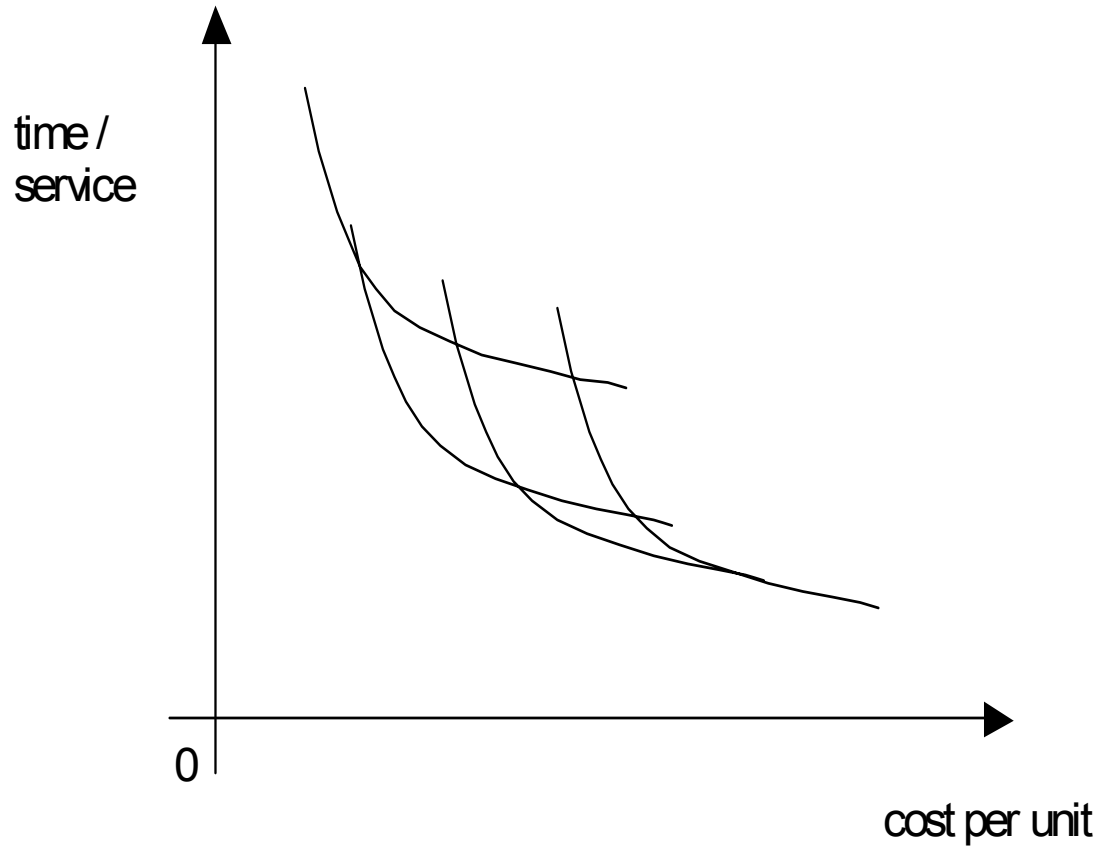




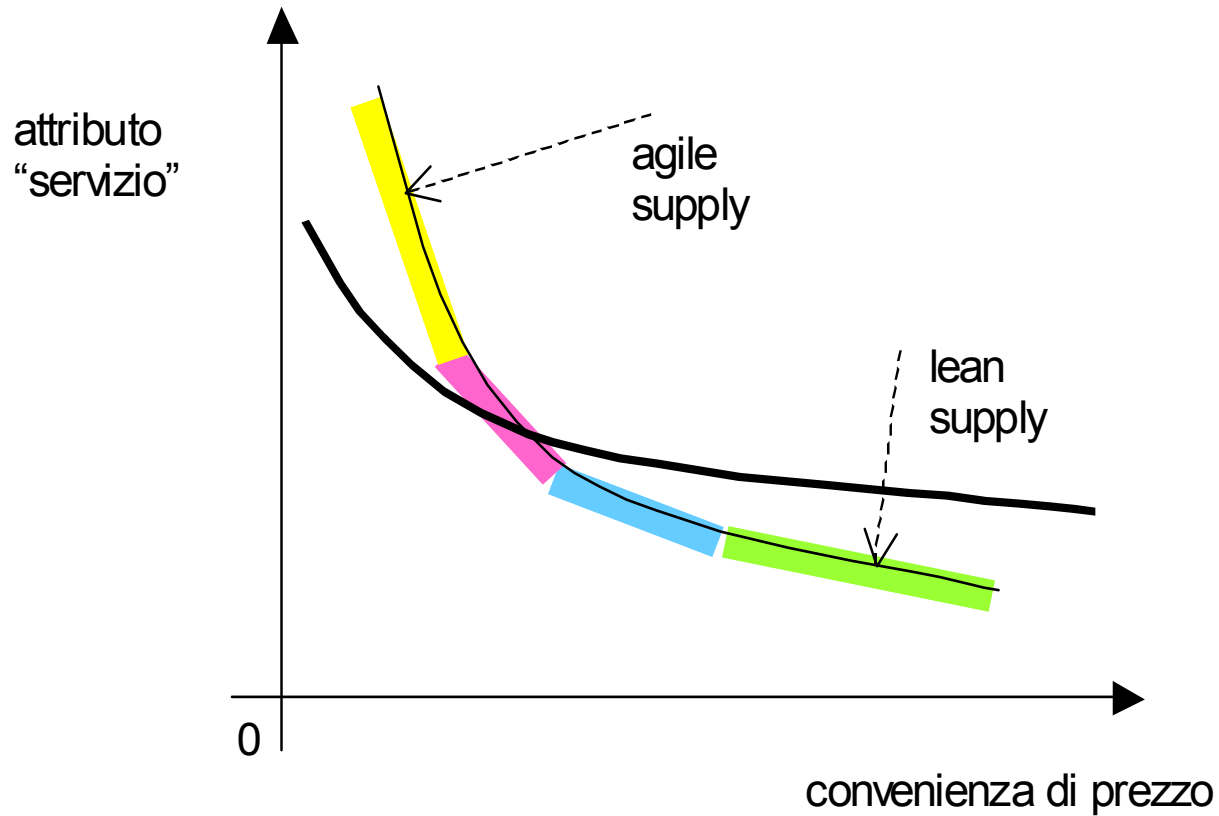
Curva delle alternative di offerta per il retailer nei paesi "high wage"



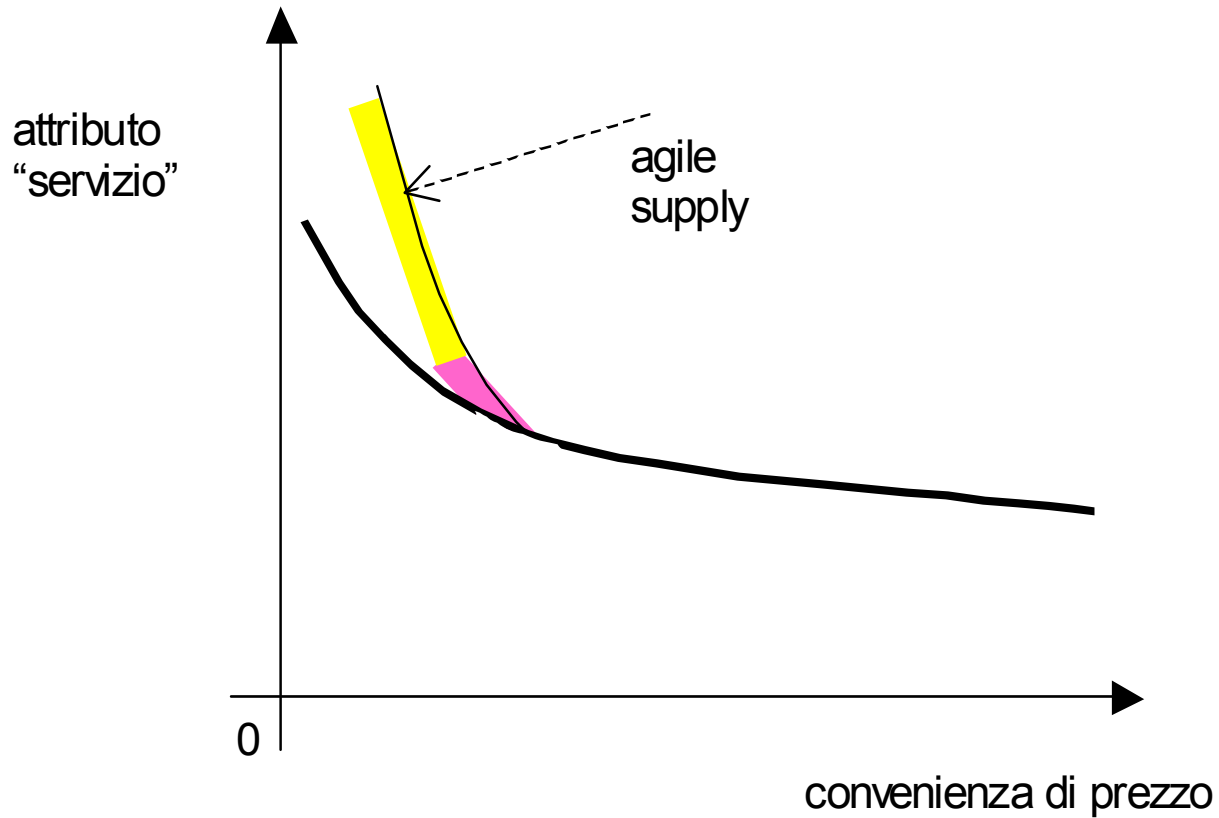
Curva delle alternative di offerta per il retailer nei paesi "high wage"



Insieme delle alternative di offerta per il retailer nei paesi "high wage"



Curva delle alternative di offerta per il retailer nei paesi "high wage" e, in maggiore spessore, curva di indifferenza "soddisfacente" per un operatore di "quick fashion"



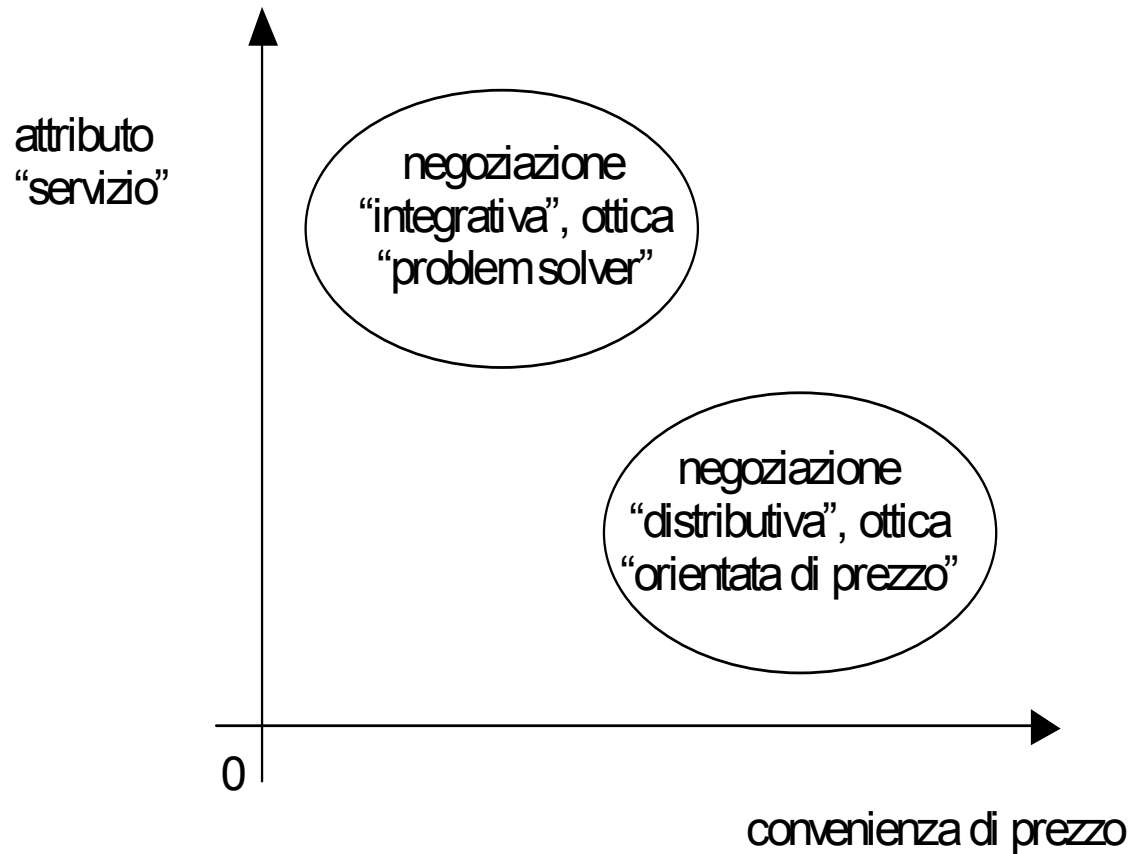
Curva delle alternative di offerta "soddisfacenti" per l'operatore di "quick fashion"

3. Conoscenza di mercato e negoziazione integrativa nel tessile-abbigliamento

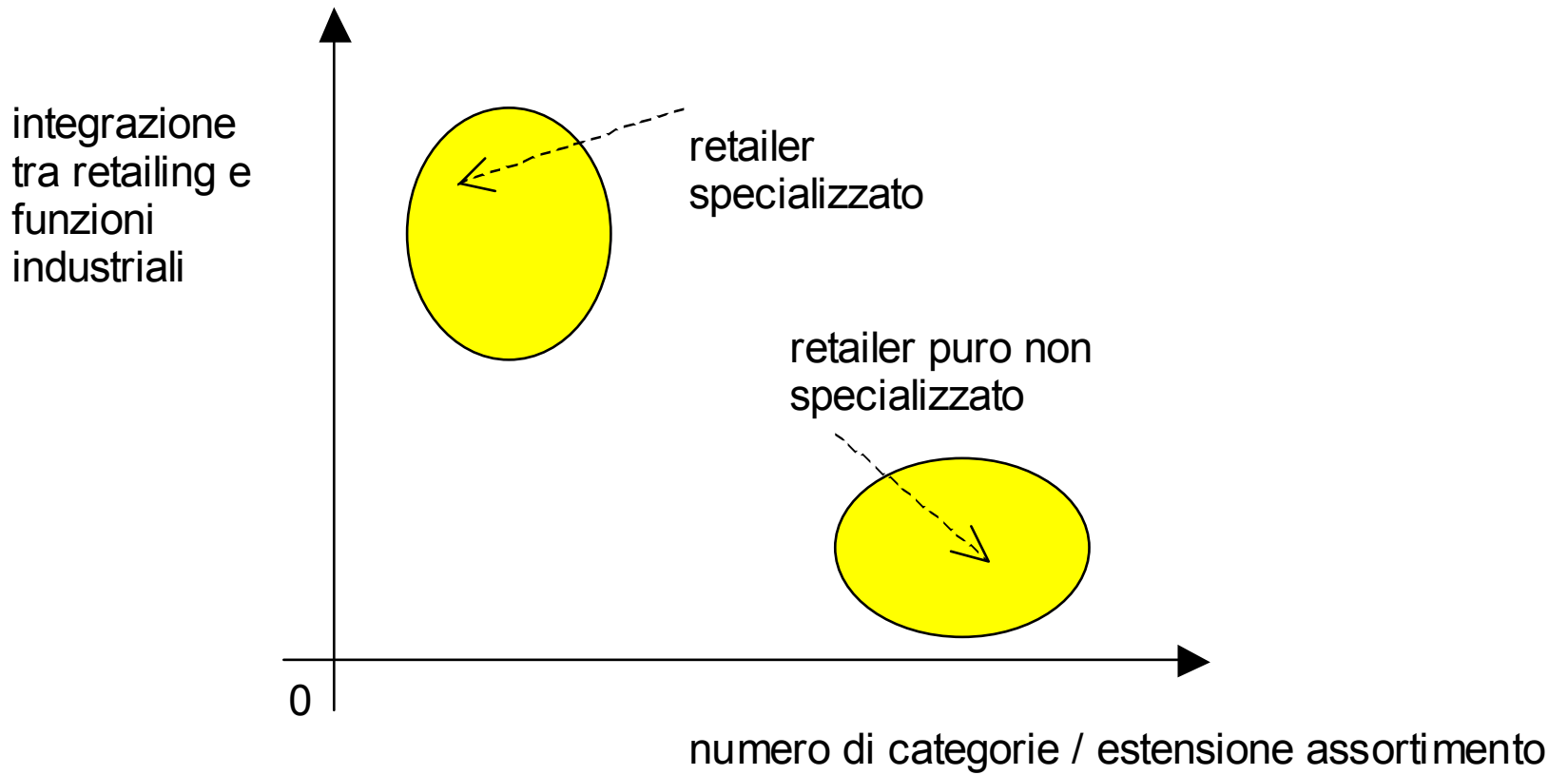
dalla negoziazione distributiva alla negoziazione integrativa nei processi competitivi internazionali

carattere instabile del rapporto lean/overseas e local/agile (nuovi retailer overseas, flessibilità strategica dei fornitori overseas ...)

l'esigenza di limitare il livello di complessità da gestire orienta la relazione acquirente-fornitore



Curva delle alternative di offerta per il retailer nei paesi "high wage"



complexity in sourcing and logistical problem solving

high

low

high

complexity in design and product problem solving

low

