

d'impresa Gestione

Il libro è incentrato sul tema della fidelizzazione della clientela e prende le mosse dalla domanda di ricerca: "è possibile realizzare/erogare un prodotto/servizio e al contempo fidelizzare la clientela intervenendo sul delivered mix?"

La ricerca identifica un approccio/modello TES marketing che permette di ri-orientare l'offerta dell'azienda (delivered mix) facendo un passo in più ("the extra step") che impatta anche sulla fidelizzazione della clientela che diventa così l'output finale del TES. Quest'ultimo si basa sul concetto di agire strategico, un apparente ossimoro che tende ad ottenere un risultato addizionale: unire gli aspetti produttivi/erogativi all'efficientamento delle azioni di fidelizzazione della clientela impostate dall'azienda e in questo senso rappresenta il passo in più.

La sua realizzazione pratica avviene attraverso il TES marketing mix e le sue variabili: il prodotto inteso come co-design, il prezzo come valore olistico creato per il cliente, la pubblicità come strumento di comunicazione cross-culturale e la distribuzione con la presentazione della figura del TES retail specialist e dell'e-tailing.

Gli esempi riportati nel libro sono risultato di osservazioni e sperimentazioni empiriche riconducibili a imprese di diverse tipologie e dimensioni, con un maggiore riferimento a quelle che operano nel settore dei servizi e, in particolare, in Italia, Europa e Stati Uniti.

Mauro Cavallone è professore associato presso l'Università degli Studi di Bergamo, dove insegna Marketing, Marketing internazionale e Marketing strategies e è direttore del Master di primo livello "Marketing management per l'impresa internazionale". Già direttore della Scuola di Management SDM è il delegato del Rettore per le attività di branding & identity dell'ateneo bergamasco.

Tra le sue ultime pubblicazioni *Stetoscopio 2014. Il sentire degli italiani e il modello I.T.E.R marketing* (con Antonio Di Marco Pernice, 2014) e *Stetoscopio 2015. Il sentire degli italiani* (con Antonio Di Marco Pernice, 2015).

 **FrancoAngeli**
La passione per le conoscenze

€ 23,00 (V)

ISBN 978-88-917-4477-7



9 788891 744777

619.15

M. CAVALLONE

L'APPROCCIO TES MARKETING

Gestione d'impresa

Mauro Cavallone

L'approccio TES marketing

Dal delivered mix alla fidelizzazione

FrancoAngeli

Mauro Cavallone

L'approccio

TES marketing

Dal delivered mix alla fidelizzazione

FrancoAngeli