

IL MARKETING IN PILLOLE

a cura di Giovanni Carlini – sociologo dei consumi e specialista di marketing

Le differenze tra un'impresa familiare e di mercato

Nelle precondizioni alla stesura di un piano di marketing, un passaggio fondamentale è capire la tipologia d'impresa in cui si vive. Nel pensiero organizzativo aziendale ci sono 2 punti di vista diversi tra loro, che sono riconducibili o al concetto d'impresa familiare o a quello di un'azienda definibile "di mercato". Per essere sintetici, eccone le differenze.

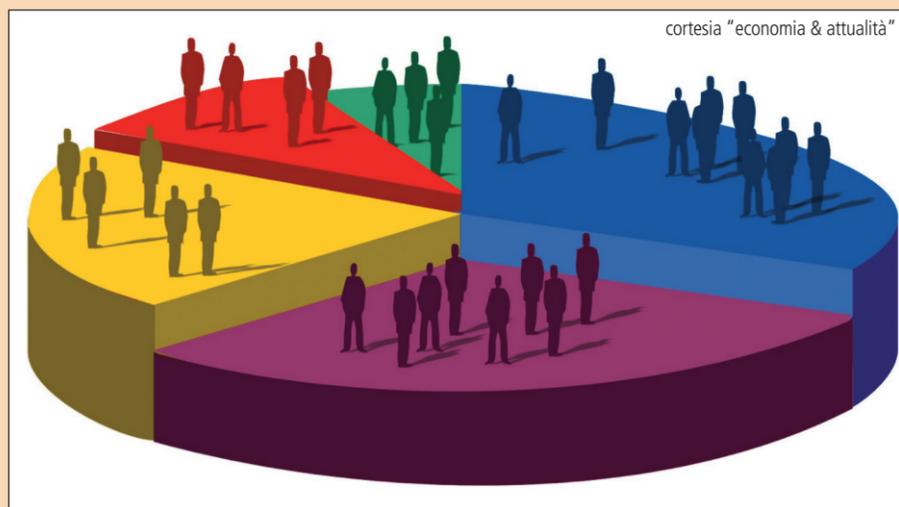
IMPRESA FAMILIARE

In realtà di questo tipo ciò che conta è lottare sul mercato, sgomitare senza ritegno portando a casa più fatturato possibile. L'azienda nasce, di conseguenza, sui successi che di volta in volta si ottiene. Raggiunta una certa struttura e maturità, permangono dei fattori di vivacità molto spinti e una personalizzazione acuta. Il "battitore libero" è il protagonista di quest'impresa originale, che si adatta rapidamente al mercato come anche la mentalità delle persone che vivono nell'impresa, agendo con processi altrettanto rapidi, ma scoordinati (primo punto critico da studiare). Ne consegue

il problema di non saper far squadra (altro punto di frizione) che alza la conflittualità interna e dei particolarismi che comportano altro tempo perso. In assenza di una creatività e protagonismo molto spinti, l'impresa familiare, in fasi acute di crisi aziendale, scompare. Il punto di forza d'aziende di questo tipo è il mercato e la collocazione di un prodotto altamente personalizzato e versatile che potremmo definire a "geometria variabile".

IMPRESA DI MERCATO

Un'impresa specificatamente dedicata al mercato spesso nasce da una realtà familiare che si è



cortesia "economia & attualità"

ingrandita o che ha subito una radicale trasformazione. Questo tipo d'attività imprenditoriale è meno "fantasiosa", ma "dura

come la roccia", perché si fa forte del fattore umano che potrebbe anche non essere eccelso, ma sicuramente compatto e arrangato. In

questo caso la ricchezza in azienda sono gli uomini e le donne, che ci vivono, capaci di dare continuità e fedeltà con picchi di

fantasia, se addestrati a ciò. Una società di questo tipo non scompare dal mercato, perché ne costituisce la storia, restandone punto di riferimento. Nel confronto tra i due modelli, quest'ultimo, di mercato, mediamente riesce a produrre e vendere con un 12-17% in meno di costi fissi o di gestione il che rappresenta quella differenza tra restare o scomparire dal mercato. Il lato debole di questo tipo "di fare impresa" è che necessita di una serie complessa di politiche che sono: del personale, di marketing, commerciali, di comunicazione, della qualità rientranti tutte in una visione strategica.

Qualità da sempre

22° edizione subfornitura
FIERE DI PARMA 25-27 marzo 2010
www.raiexpo.com



Particolari meccanici sinterizzati di precisione in acciai ad elevata resistenza o inossidabili.

STAME srl - Via Don Carlo Baj, 5 - 22060 Arosio (Co)
Tel. 031.761945 - Fax 031.762351 - stame@stame.it



F.A. GIORI
Fonderia dal 1911

FONDERIA D'OTTONE IN PRESSOFUSIONE
LAVORAZIONI MECCANICHE
PRODUZIONE ARTICOLI TERMOIDRAULICI



Via L. Pastro, 106 - 31040 Volpago del Montello (TV)
Tel. 0423.620117 - Fax 0423.879182 - www.fagiori.it - info@fagiori.it



MECCANICA
LAVORAZIONI MECCANICHE
E STAMPAGGIO DI PRECISIONE

MARCHIATURA LASER
SU TUTTI I MATERIALI C/TERZI



Via Europa, 9 - 12030 CARAMAGNA PIEMONTE (CN)
Telefono e Fax 0172.89876
www.gbmeccanica.it - E-mail: uff.commerciale@gbmeccanica.it