

# MARKETING INNOVATION

Prezzo: **Prezzo di listino**  
**21,00 €** **Prezzo a te riservato**  
**19,95 €**



Codice	9788835121510
Tipologia	Libri
Data pubblicazione	1 mar 2022
Reparto	Economia, LIBRI
Autore	Cantù Chiara
Editore	Franco Angeli

## Descrizione

---

Nel corso degli ultimi anni il business landscape è stato caratterizzato da continui cambiamenti, che hanno preso avvio nell'era pre-Covid e sono stati poi ulteriormente potenziati dalla pandemia. Tra questi emerge la centralità di due processi di trasformazione: la digitalizzazione e lo sviluppo responsabile.

In tale contesto, adottando un approccio outside-in, le imprese possono identificare delle opportunità di mercato e trasformarle in opportunità di business attraverso lo sviluppo di un'innovazione digitale e responsabile. L'evoluzione dello scenario ha determinato, inoltre, un cambiamento nel marketing che non modifica la propria identità, anzi la rafforza, prendendo in considerazione nuovi modi di "fare" marketing.

Come evidenziato dai risultati della ricerca qualitativa avviata nel 2019, nei confronti di imprese e organizzazioni emblematiche a livello nazionale e internazionale, l'orientamento al mercato è essenziale per ideare e sviluppare un'innovazione di valore. Il volume propone una prospettiva strategica della Marketing Innovation, a lungo associata quasi esclusivamente alle politiche di marketing.

Alla luce delle sfide che hanno caratterizzato l'ultimo decennio, si stanno configurando infatti nuovi approcci, di cui il testo vuole rendere conto, per creare valore nella relazione impresa-cliente, abilitando lo sviluppo di un'innovazione orientata al mercato.

Questa prospettiva, integrata da un orientamento imprenditoriale e da un approccio relazionale multi-stakeholder, determina la configurazione di nuovi approcci di marketing che consentono di delineare, in modo efficace, nuovi modelli di business.

Attraverso l'analisi di casi e testimonianze, e grazie a un taglio pragmatico, il testo vuole proporre a studenti di marketing e responsabili aziendali, dei percorsi di digitalizzazione e sviluppo responsabile in cui l'innovazione di marketing è stata in grado di supportare il marketing dell'innovazione.

### Introduzione

Il binomio marketing-innovazione: influenze reciproche

(Introduzione; Innovazione di marketing: un nuovo marketing mix; Il transformative marketing; Marketing dell'innovazione; La definizione di una nuova value proposition per l'innovazione del business model)

Digital innovation: l'emergere del funnel marketing

(Introduzione; Digital innovation: technology push vs demand pull; Digital transformation; Industry 4.0 e Smart Factory; La digitalizzazione dei touchpoint di marketing; Il contesto Italia; Cosberg; ROLD; Tenova; Scaglia INDEVA; ICAP-SIRA; Alcatel Lucent Enterprise (ALE); Università della birra - Heineken; BrandOn Group; Gourmet Gold Tortini)

Un marketing attento al bene comune per un'innovazione responsabile

(Introduzione; Sostenibilità: origine ed evoluzione; Economia circolare: un modello interpretativo; Dall'innovazione sostenibile all'innovazione circolare; Dall'innovazione sociale all'innovazione responsabile; Approccio collaborativo: comun denominatore per l'innovazione sostenibile, circolare e responsabile; Dal green marketing al marketing sostenibile; Marketing sociale; Marketing responsabile; Dal business model sostenibile al business model responsabile; La sfida della sostenibilità nel settore del packaging; Edelman Italia; Aboca)

Entrepreneurial innovation: il ruolo del marketing imprenditoriale

(Introduzione; Entrepreneurial innovation; Entrepreneurial innovation network; Business ecosystem vs innovation ecosystem;

Marketing imprenditoriale; ComoNExT; OpenZone; MDOTM; WDA Company; Legacy Living Lab)

Analisi delle evidenze empiriche

(Metodologia della ricerca; Innovazione: le diverse interpretazioni; Cluster PMI e corporation; Cluster startup, scaleup e

facilitatori del network imprenditoriale; L'orientamento al mercato; L'orientamento alle relazioni multi-stakeholder;

L'orientamento all'imprenditorialità; Innovazione digitale; Innovazione responsabile; Relazioni inter-intra sistemiche)

Conclusioni

Bibliografia.

Rimaniamo a disposizione per qualsiasi ulteriore chiarimento allo 0461.232337 o 0461.980546

oppure via mail a : [servizioclienti@libriprofessionali.it](mailto:servizioclienti@libriprofessionali.it)

www.LibriProfessionali.it è un sito di Scala snc Via Solteri, 74 38121 Trento (Tn) P.Iva 01534230220

