

Marketing mix definizione

Il marketing mix si riferisce alla combinazione di vari elementi di marketing che un'azienda utilizza per promuovere il proprio prodotto o servizio. Questi elementi sono comunemente indicati come "le 4 P del marketing": prodotto, prezzo, promozione e posizionamento (o distribuzione).

- **Prodotto:** si riferisce alla gamma di prodotti o servizi che l'azienda offre. Includere la qualità, il design, le funzionalità e le caratteristiche che lo distinguono dai prodotti concorrenti.
- **Prezzo:** si riferisce al prezzo che l'azienda decide di applicare al suo prodotto o servizio. Questa scelta deve essere basata su fattori come la concorrenza, i costi di produzione e la percezione del valore da parte dei clienti.
- **Promozione:** si riferisce alle attività di marketing utilizzate per promuovere il prodotto o servizio dell'azienda. Queste attività possono includere pubblicità, relazioni pubbliche, promozioni di vendita e marketing diretto.
- **Posizionamento:** si riferisce alla scelta dell'azienda di come posizionare il suo prodotto o servizio sul mercato e di come distribuirlo ai clienti. Questa scelta deve essere basata su fattori come il target di mercato, la disponibilità del prodotto e la concorrenza.