

Parte 1

Che cos'è il marketing?





ARRRGH!
SEI...

...LICEN-
ZIATA!!!

Ospiti inaspettati
all'improvviso!
Croce o delizia?

STORIA 1



NOOOOO!

GUARDANDO-
MI INDIE-
TRO, FU
ALLORA CHE
EBBE INI-
ZIO LA MIA
SFORTUNA.



UAAAAH!

PENSO DI ESSE-
RE STATA
MALEDETTA
DAL DIO
DELLA
SFORTUNA.



NON C'È
NIENTE
CHE VA
BENE
NELLA
MIA VITA
OGGI.

NON PRE-
OCCUPARTI
TROPPO,
MARIMO!

SAI CHE
LA NOSTRA
AZIENDA
NON STA AN-
DANDO BENE
ULTIMAMEN-
TE, VERO?



SCOMMETTO
CHE IL CAPO
È STATO
MESSO
SOTTO TIRO
DAI PIANI
ALTI ED È
IRRITATO.

PERCHÉ
PENSI
CHE LA
MIA PRO-
POSTA
SIA STATA
RESPIN-
TAP?

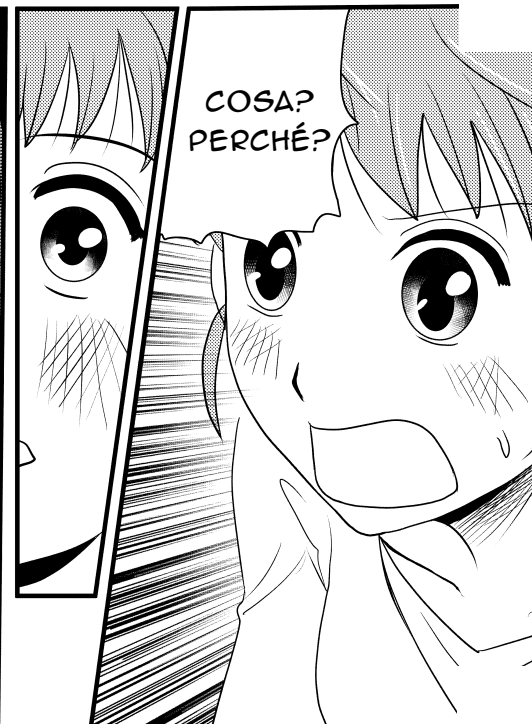
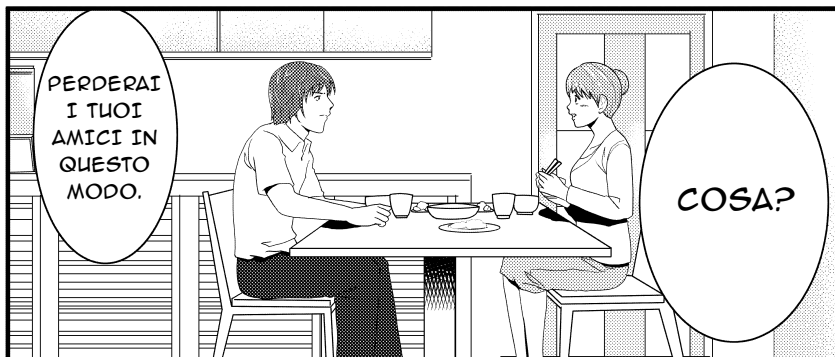


MI SONO
ASSICURATA
DI
INCLUDERE
TUTTI I
PUNTI DI
FORZA.



SONO CERTA
CHE NON TI
LICENZIE-
RANNO. FIDA-
TI! ANDIAMO
A BERE
QUALCOSA
PIÙ TARDI!

STO BENE.
CHIEDERÒ
AL MIO
RAGAZZO
DI CONFOR-
TARMI.





CHE
SUCCEDÈ?
HO FATTO
QUALCOSA?

BAM

HO PRE-
PARATO
I TUOI
PIATTI
PREFERI-
TI COME
SEMPRE!

VUOI
LA
VERITÀ?

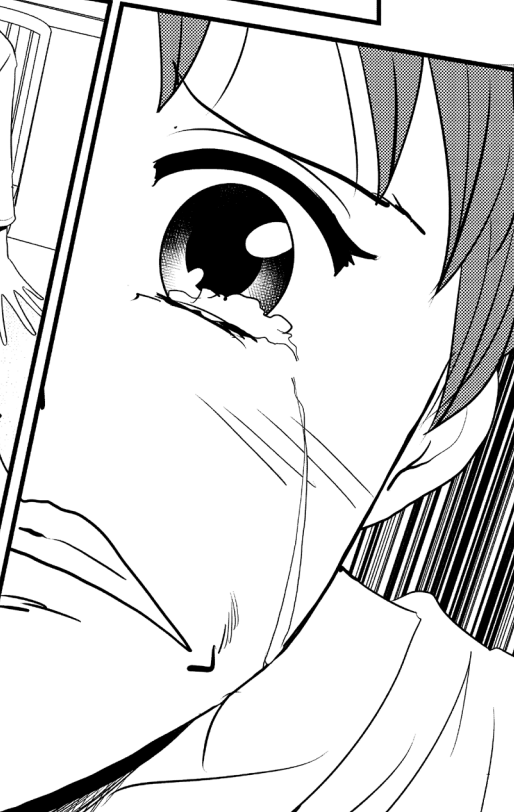
FACCIO
SEMPRE TUT-
TO QUELLO
CHE POSSO
PER TE!

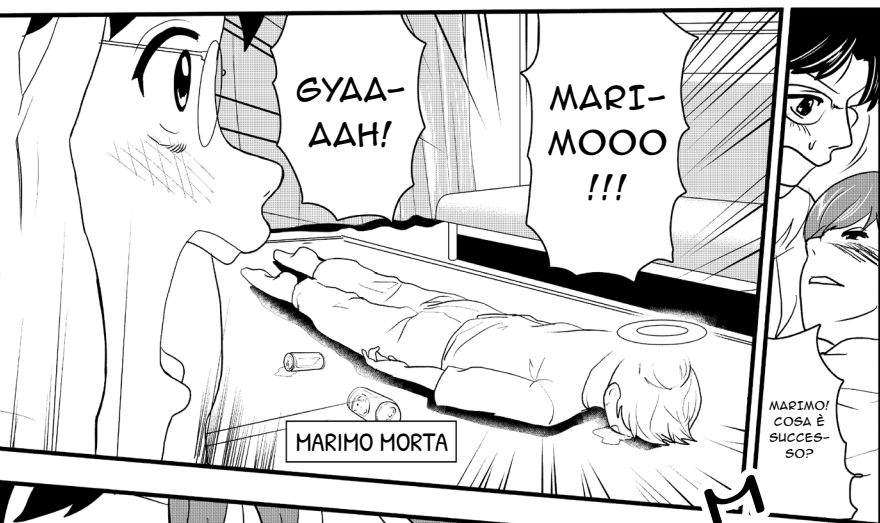
SEI UNA
ROMPI-
SCATO-
LE!



PENSI
DI FARE
TUTTE
QUESTE
COSE PER
RENDERMI
FELICE...

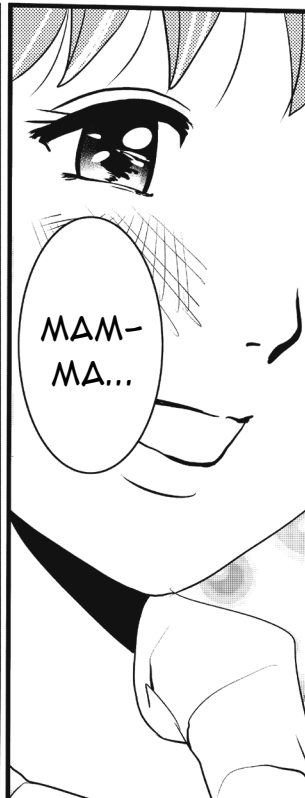
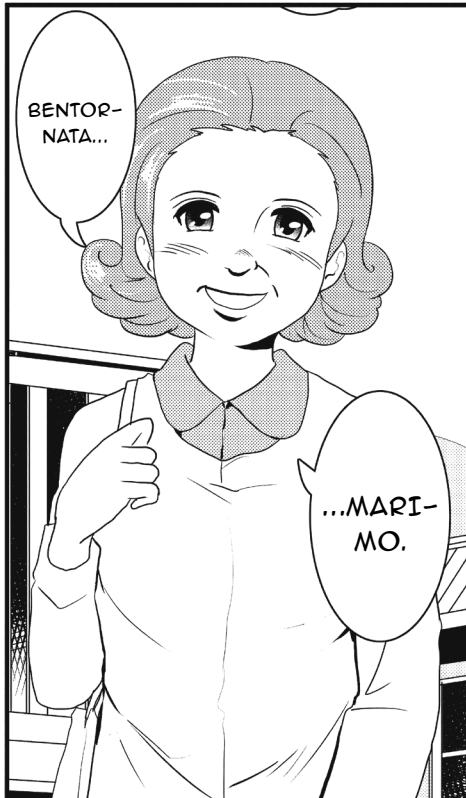
...MA MI
STAI
SOLO
FORZAN-
DO!

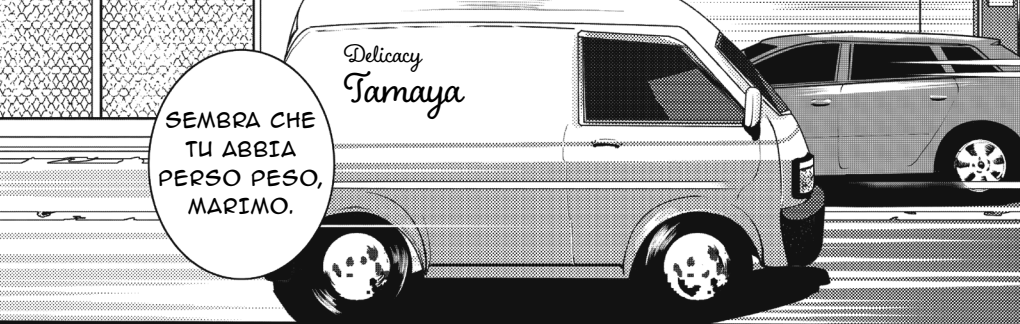






QUESTA
È UNA
BUONA
OCCA-
SIONE
PER
FARLO.





SEMBRA CHE
TU ABBA
PERSO PESO,
MARIMO.



DAVERO?
NON MI
SEMBRA.

STAI
BENE?
MANGI
BENE?



SONO
CONTENTA
DI ESSERE
A CASA.
MI SENTO
COSÌ
CALMA
QUI.

OH, LA
LIBRERIA
L'AVEVO
ORA È UN
MANGA
CAFÉ.

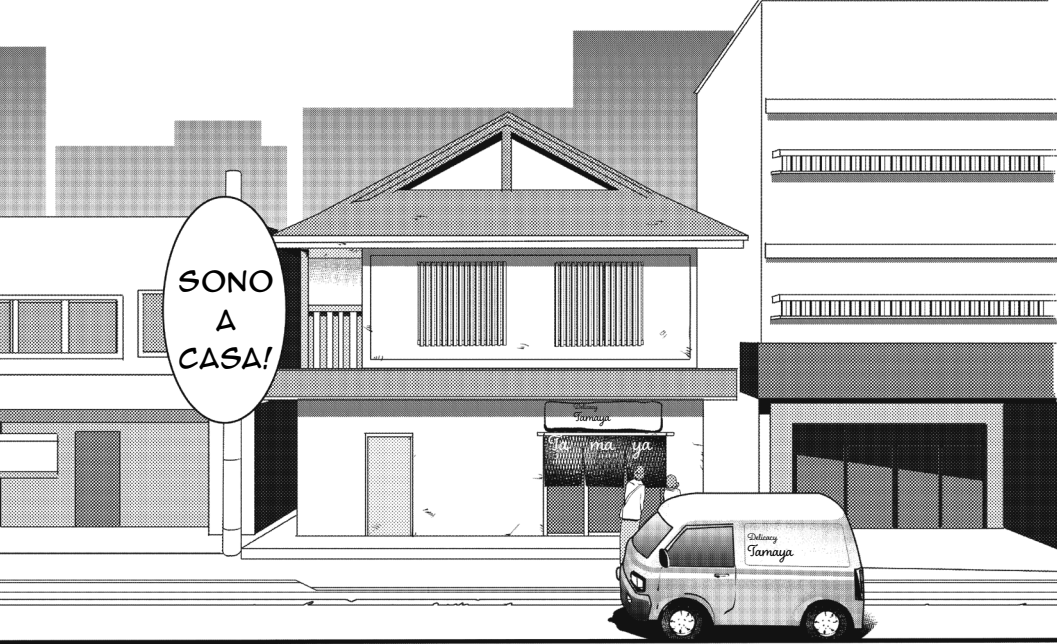


ALLA FINE
POSSIAMO
CONTARE
SEMPRE
SULLA
FAMIGLIA.



SONO
SICURA...

...CHE IL DIO
DELLA SFOR-
TUNA NON MI
SEGUIRÀ FINO
A HOKKAIDO.



LA NOSTRA
FAMIGLIA
GESTISCE
UN NEGOZIO
DI MANJU.
L'AZIENDA
HA UNA LUN-
GA STORIA
CHE RISALE
ALL'ERA
MEIJI.

LA NOSTRA
SPECIALITÀ È
IL "MARIMO
MANJU", UN
DELIZIOSO
PANINO DOLCE
CHE PORTA IL
MIO NOME. È
CIÒ PER CHI LA
MAGGIOR PARTE
DEI NOSTRI
CLIENTI ABITUA-
LI CONTINUA A
TORNARE.





ERA DA MOLTO CHE NON TORNAVI, MA TUO PADRE È FREDDO COME SEMPRE.



HAI MANDIATO?

SÌ, HO MANDIATO SULL'ALBERO.

ALLORA PERCHÉ NON VAI A FARTI UN BAGNO?



AHH! CASA DOLCE CASA, FINALMENTE! LA MIA STANZA NON È CAMBIATA.

IMMAGINO CHE PRENDERE LE FERIE SIA STATA LA SCELTA GIUSTA.



NE È PASSATO DI TEMPO. DOVREI AIUTARE I MIEI GENITORI DOMANI.



ANDIAMO DA LEI?

MMM, NON SAPREI.



SEMBRA CHE SIA A CORTO DI FORTUNA.

OSSERVIAMOLA ANCORA UN PO'.



Emozione e logica nel contesto del marketing

Che cosa ne pensi del test di Emo e Logi per Marimo a pagina 35? La faccia di Emo era sporca, mentre quella di Logi era pulita: come hai trovato la loro spiegazione per quanto riguarda la risposta?

Hai scelto Emo con la sua faccia sporca proprio come Marimo? O hai scelto Logi per il motivo che Emo e Logi hanno spiegato?

Di solito pongo domande simili a questa nei seminari che organizzo. È interessante notare che le risposte delle persone spesso variano a seconda delle loro professioni: le persone che hanno lavori legati al marketing, che lavorano nelle vendite e nel management o che hanno un'affinità naturale con le idee del marketing tendono a scegliere Logi con la sua faccia pulita. D'altro canto, le persone che lavorano allo sviluppo del prodotto, che lavorano regolarmente in ufficio o che hanno poca esperienza nel marketing tendono a scegliere Emo con la sua faccia sporca. Uso questa domanda nei miei seminari per far capire ai partecipanti cosa significa pensare veramente ai sentimenti del cliente. Dopo che hanno completato la loro scelta, chiedo loro come si avvicinerrebbero al cliente che hanno scelto per convincerlo a pagare l'asciugamano.

Nella storia, dopo la domanda di Emo e Logi, vediamo un flash-back che mostra Marimo e i suoi errori. Marimo ha sviluppato dei

Che cos'è il marketing?

piani basati solo sui suoi desideri e non è stata in grado di trasmettere le sue buone intenzioni. Credo che la maggior parte di noi abbia commesso errori simili in passato. Se Marimo apprendesse le basi del marketing, potrebbe evitare di ripetere questo tipo di errori in futuro.

Il marketing è un metodo e uno strumento di comunicazione che puoi utilizzare per proporre prodotti e servizi che le persone possono acquistare e di cui saranno soddisfatte.

Il marketing consente di ottenere risultati eccellenti combinando emozione e logica. La capacità di immaginare e comprendere le emozioni o la mentalità del cliente è molto importante. Altrettanto importante è usare la logica per elaborare strategie e tattiche che porteranno i tuoi clienti ad acquistare ciò che stai vendendo. Nella Parte 1 introdurremo i concetti di base di cui avrai bisogno per studiare il marketing.