

Indice

Introduzione XI

Ringraziamenti XIII

Parte 1

I risultati di una survey

1	Competenze di Marketing & Sales, metriche e performance , di <i>Paolo Guenzi, Gabriele Troilo, Chiara Saibene, Maria Cristina Cito, Annalisa Scarpa</i>	3
1.1	Introduzione alla ricerca	3
1.2	I risultati della ricerca	10
1.2.1	Le competenze di Marketing & Sales	11
1.2.2	L'impatto diretto delle competenze di Marketing & Sales sulle performance	21
1.2.3	L'impatto delle combinazioni di competenze sulle performance	22
2	Focus sul digital marketing , di <i>Silvia Vianello, Giovanni Luca Randisi</i>	43
2.1	Information overload, metriche e key performance indicator	46
2.2	I risultati della ricerca	48
2.3	Conclusioni: obiettivi strategici online per la definizione dei KPI	56

Parte 2

Il punto di vista del management. Quali insegnamenti da e per le imprese?

3	Forum con le imprese , di <i>Fabio Ancarani</i> , <i>Enrico Valdani</i>	61
	3.1 Conclusioni	78

Parte 3

I casi di eccellenza

4	I casi di eccellenza nel marketing	81
4.1	Enel Energia, di <i>Simone Lo Nostro</i> , <i>Fabio Ancarani</i> , <i>Maria Cristina Cito</i>	81
4.1.1	Le criticità delle competenze di marketing	82
4.1.2	Le competenze di marketing maggiormente presidiate	84
4.1.3	Gli indicatori di performance	86
4.1.4	Le best practice	88
4.2	Vodafone Italia, di <i>Pietro Guindani</i> , <i>Andrea Duilio</i> , <i>Andrea Rossini</i> , <i>Fabio Ancarani</i> , <i>Maria Cristina Cito</i> , <i>Annalisa Scarpa</i>	89
4.2.1	La storia dell'azienda	89
4.2.2	Le competenze di marketing maggiormente presidiate	89
4.2.3	Le metriche utilizzate	100
4.2.4	L'impatto delle competenze sulle performance	102
4.2.5	Le best practice	103
4.3	Swatch Group, di <i>Laura Burdese</i> , <i>Chiara Saibene</i>	105
4.3.1	La storia dell'azienda	105
4.3.2	Le competenze dell'azienda	106
4.3.3	Gli indicatori di performance	110
4.3.4	Le best practice	110

4.4	Gruppo Chiesi, di <i>Giuseppe Chiericatti, Chiara Saibene</i>	112
4.4.1	La storia dell'azienda	112
4.4.2	Le competenze dell'azienda	112
4.4.3	Gli indicatori di performance	115
4.4.4	Le best practice	115
5	I casi di eccellenza nel sales	117
5.1	Enel Energia, di <i>Nicola Lanzetta, Fabio Ancarani, Maria Cristina Cito</i>	117
5.1.1	Il settore dell'energia in Italia	117
5.1.2	La criticità delle competenze di sales	118
5.1.3	Le competenze di sales maggiormente presidiate	120
5.1.4	Gli indicatori di performance	121
5.1.5	Le best practice	123
5.2	Fiat Group Automobiles, di <i>Paolo Colabucci, Paolo Guenzi</i>	126
5.2.1	FGA-Parts & Services	126
5.2.2	Le specificità del settore dei ricambi e dei servizi post-vendita nel mercato dell'auto	126
5.2.3	Le competenze richieste ai venditori	127
5.2.4	Le metriche di performance in ambito commerciale	129
5.2.5	Ruolo, competenze e metriche per i country manager	131
5.3	Philips, di <i>Felice Valente, Paolo Guenzi</i>	133
5.3.1	Philips: una breve storia e le sfide attuali	133
5.3.2	Philips 2010: organizing around customers and markets	135
5.3.3	Enhance: il modello delle competenze in ambito commerciale	137
5.3.3	Le metriche di performance in ambito commerciale	141

6	I casi di eccellenza nel web & communication	143
6.1	Enel, di <i>Paolo Iammatteo</i> , <i>Maria Carmela Ostillio, Silvia Vianello</i>	143
6.1.1	La strategia di comunicazione a supporto del business	144
6.1.2	Le azioni di comunicazione	145
6.1.3	La misurazione dei risultati	146
6.1.4	Case history	149
6.2	Danone Italia, di <i>Luca Casaura</i> , <i>Maria Carmela Ostillio, Silvia Vianello</i>	155
6.2.1	Focus sulle competenze marketing	156
6.2.2	Impatto delle competenze sulle performance e focus sulle metriche/KPI	159
6.2.3	Le best practice	159
7	I casi di eccellenza nel channel & retail management	163
7.1	L'eccellenza di IBM, di <i>Elena Gelosa</i> , <i>Giuseppe Groaz, Marco Aurelio Sisti</i>	163
7.1.1	Lo sviluppo delle competenze di retail marketing e il ruolo della tecnologia: formazione, ricerca, experience	164
7.1.2	Le competenze di customer centricity: il ruolo della tecnologia nel retail	165
7.1.3	Il caso Yves Rocher: competenze di retail marketing e tecnologia nelle «real time promotion»	168
7.2	L'eccellenza di Prénatal, di <i>Roberto Chieppa</i> , <i>Marco A. Sisti</i>	172
7.2.1	Dalle competenze di market analysis all'innovazione di marketing	173
7.2.2	Le meta-competenze di customer orientation & obsession	174

7.2.3	Le competenze di loyalty management	175
7.2.4	Le competenze di marketing planning e misurazione	176
7.2.5	Le competenze di gestione degli assortimenti, comunicazione e in-store marketing	178
7.2.6	Le competenze di e-marketing	178
7.2.7	Le competenze di buying relazionale e di co-marketing	180
7.2.8	Le competenze gestionali del personale marketing e vendita	180

Parte 4

La leadership e i principi dell'eccellenza

8	La leadership , di <i>Dan Peterson</i>	185
9	I principi dell'eccellenza , di <i>Fabio Ancarani</i>	193
	Gli Autori	199