

Le marketing social



Traccia per l'argomentazione

- Dite di che tipo di documento si tratta.
- Presentate brevemente l'impresa Benetton.
- Descrivete il manifesto pubblicitario.
- Dite quale strategia di marketing utilizza in questo caso la Benetton.
- Date la definizione di Marketing sociale e dite qual è il suo obiettivo.
- Dite che strategie utilizza questo tipo di marketing.
- Dite su che cosa si basano le campagne pubblicitarie utilizzate da questo tipo di marketing.

Frasesologia

Il s'agit d'une publicité de l'entreprise Benetton...

L'entreprise Benetton est

Dans cette affiche, le logo est et l'image montre

La stratégie utilisée par cette affiche se rapporte au.....

Le marketing social est utilisé par

Le marketing social est un moyen

Le marketing social utilise les mêmes stratégies que celles du marketing commercial, à savoir.....

Ces campagnes publicitaires sont fondées sur

Production possible

Il s'agit de la publicité de l'entreprise italienne Benetton. Benetton qui est d'abord une entreprise familiale avec son siège à Trévis, sera, plus tard, cotée en bourse.

Dans cette affiche, le logo est de couleur verte et correspond au vert Benetton. L'image qui représente deux jeunes entrelacés avec l'enfant, tous les trois de couleur de peau et de nationalités différentes, est la plus importante du logo. Par cette affiche et par de nombreuses autres affiches, l'entreprise Benetton a choisi une stratégie de communication se rapportant au marketing social. Le marketing social est utilisé par des ONG, par de nombreuses associations et aussi par des marques comme c'est le cas de Benetton, qui choisissent de communiquer sur leurs produits en associant la campagne à une cause, par exemple la lutte contre le racisme ou le sida, la protection des enfants ou encore la pauvreté dans certains pays. Dans le cas des marques, le marketing social est un moyen de créer une histoire et une image positive. Les entreprises qui choisissent d'utiliser une stratégie sociale utilisent les mêmes principes que ceux du marketing commercial : évaluation des besoins, identification du public cible, mise au point de produits et évaluation des résultats. Pour conclure, il faut souligner que ces campagnes publicitaires ne sont pas fondées sur le désir, mais sur les valeurs.



Voir Atouts Commerce pag. 114

Proposte per collegamenti interdisciplinari

Letteratura italiana La figura di Zeno Cosini attraverso il suo successo commerciale. Italo Svevo

Diritto La disciplina della concorrenza nel marketing.

Economia Aziendale I piani di marketing industriali.