



La proposta di valore: l'articolazione



La proposta di valore definisce i contenuti essenziali per generare elevato valore (materiale e immateriale) percepito dalla domanda e soddisfare le sue esigenze prioritarie

- ❖ Generare un valore adeguato a soddisfare le sue esigenze fondamentali
- ❖ Generare un valore coerente con i costi diretti e indiretti che deve sostenere per la fruizione dell'offerta in questione
- ❖ Generare un valore superiore a quello prodotto da almeno la maggior parte delle offerte concorrenti



Strettamente riferita alle esigenze fondamentali della domanda target e tenere conto dei contenuti delle eventuali proposte alternative



La proposta di valore; l'articolazione

➔ Rispetto a quelle concorrenti, la proposta di valore di una offerta si distingue in due maniere

1. Permetta alla domanda di soddisfare le stesse esigenze soddisfatte dai concorrenti in ugual misura ad un minor costo
2. Permette alla domanda di soddisfare le sue esigenze prioritarie in maniera migliore di quanto riescano a fare altre offerte di analogo costo

Deve essere finalizzata a far percepire ai soggetti che costituiscono la domanda target una domanda delle proprie esigenze prioritarie maggiore di quella che potrebbero ottenere in territori alternativi



La proposta di valore: elementi di parità ed elementi di differenziazione

Elementi di parità

Sono caratteristiche rilevanti dell'offerta territoriale ma non uniche bensì riscontrabili anche in altri contesti geografici. Elementi tendenzialmente tipici di una determinata offerta territoriale



Elementi di differenziazione

Sono componenti dell'offerta di un territorio che lo caratterizzano, distinguendolo fortemente dagli altri, fino al limite di renderlo unico.

Sono elementi che la domanda associa in modo molto netto o esclusivo a quel territorio

La proposta di valore: esempi di elementi di parità ed elementi di differenziazione

Elementi di parità

- Insieme delle strutture alberghiere di medio livello
- Il patrimonio culturale costituito da chiese, siti archeologici, luoghi di interesse artistico, istituzioni scientifiche
- Clima adeguato alle attività turistiche svolte nel luogo
- Efficiente servizio di trasporto pubblico
- Eventi culturali nella stagione estiva

Proposta
di
valore

Elementi di differenziazione

- Presenza a breve distanza di dipartimenti universitari e centri di ricerca di eccellenza
- Presenza di un certo numero di imprese-leader internazionali in determinati settori
- Regime amministrativo e fiscale specifico che riduce in modo rilevante e strutturale i costi di insediamento e di gestione delle attività produttive
- Disponibilità di input produttivi rilevanti e qualità superiore a quella di input analoghi disponibili in altri contesti geografici



Problematiche specifiche nella costruzione della proposta di valore di un territorio



Nella definizione della **proposta di valore** si incontrano le stesse **problematiche** che si hanno per identificare il **posizionamento strategico**:

- E' la risultante di un **insieme ampio e complesso di offerte**, ciascuna con una sua proposta di valore elaborata per altro da soggetti diversi e in gran parte indipendenti;
- E' rivolta a **tipologie di soggetti molto diversi** e sensibili a proposte di valore altrettanto eterogenee

**PROPOSTA DI VALORE
RIVOLTA ALLE PERSONE**



**OFFRIRE CONDIZIONI PER IL MIGLIORAMENTO DELLA CONDIZIONE
ESISTENZIALE E PROFESSIONALE**

**PROPOSTA DI VALORE
RIVOLTA ALLE
IMPRESSE/ORGANIZZAZIONI**



**OFFRIRE CONDIZIONI PER IL RAFFORZAMENTO DEL VANTAGGIO
COMPETITIVE DELLA RELAZIONE CON IL MERCATO**



Problematiche specifiche nella costruzione della proposta di valore di un territorio



Nell'elaborazione della proposta di valore di un territorio è cruciale:

- ❑ Far **convergere il più possibile i soggetti** che controllano le principali componenti dell'offerta territoriale su proposte di valore tra loro coerenti e sinergiche
- ❑ Trovare **modalità di integrazione** tra le proposte di valore relative alle offerte territoriali rivolte a tipologie diverse di domanda, minimizzando le eventuali contraddizioni ed enfatizzando i possibili collegamenti



La proposta di valore di un territorio è una sintesi originale ed efficace delle proposte di valore relative alle principali componenti del suo sistema d'offerta



Problematiche specifiche nella costruzione della proposta di valore di un territorio

Cosa non deve essere la proposta di valore di un territorio

La sommatoria di proposte di valore delle principali componenti del sistema di offerta territoriale

La ripetizione più o meno ampliata della proposta di valore della componente più significativa del sistema di offerta territoriale

La ripetizione delle proposte di valore di tutte le componenti rilevanti l'offerta territoriale



Le risorse rilevanti per la strategia di marketing territoriale

LE COMPETENZE
CHIAVE

**Il marketing territoriale necessita di elevate capacità di:
integrazione, coordinamento, comunicazione, innovazione**

INTEGRAZIONE

La capacità di leggere il territorio come un **sistema articolato** in diverse offerte ed individuare le modalità attraverso cui integrare efficacemente le diverse componenti del sistema di offerta

COORDINAMENTO

Capacità di coordinare i diversi attori rilevanti del territorio nella prospettiva dello sviluppo di un sistema di offerta territoriale **sufficientemente unitaria e integrata** rispetto all'obiettivo di creare il massimo valore per la domanda

COMUNICAZIONE

E' essenziale per aggregare i diversi soggetti del territorio, **favorire lo sviluppo di una visione comune, il loro senso di appartenenza al proprio contesto geografico** e una elevata fiducia condivisa

INNOVAZIONE

E' importante una forte e **diffusa cultura a favore dell'innovazione e la possibilità di attuare progetti innovativi**, anche a carattere sperimentale, utili a tracciare nuove modalità di offerta e strumenti innovativi per attrarre la domanda-target.



Le risorse rilevanti per la strategia di marketing territoriale

CONOSCENZA

- ❖ Risorsa determinante per la **competitività di un territorio** e del tuo sviluppo nel lungo termine.
- ❖ I contesti geografici dotati di un **adeguato stock di conoscenze e delle capacità** di generare e rinnovare tale stock possono essere davvero attrattivi per le tipologie di domanda portate dai fattori di sviluppo sostenibile.
- ❖ Nelle città dove i **costi di localizzazione e delle attività economiche sono più alti** la possibilità di attrarre imprese dipende dalla disponibilità di conoscenze e risorse immateriali di elevata qualità e non disponibili altrove.



Chi deve detenere le competenze chiave

