

ESERCIZI DI APPLICAZIONE

5 punti ◀

1. Marketing Plan di Ristorante. Analizza il seguente caso.

Il ristorante "Il Principe" snc è un locale attivo nel centro di una città di provincia. Situato in un edificio storico, dispone di 80 posti. Cucina piatti tradizionali. Serve una clientela composta da famiglie della zona, uomini d'affari e qualche turista. Oltre ai titolari, marito e moglie, vi lavorano quattro dipendenti. Nella zona operano altri quattro ristoranti simili al "Principe". Le cinque strutture fatturano annualmente: Il Principe = 485.000 € A = 498.000 € B = 540.000 € C = 570.000 € D = 475.000 €

Negli ultimi tempi i proprietari del "Principe" hanno registrato un aumento di turisti ed escursionisti interessati alla cucina locale, nonché di una clientela indifferenziata orientata a piatti vegetariani.

Con l'obiettivo di incrementare del 15-20% in tre anni i propri ricavi, hanno perciò deciso di:

- variare il menu, introducendo nuovi piatti al fine di soddisfare le nuove richieste della clientela;
- allargare gli spazi destinati al consumo, ricavandoli da un locale di proprietà posto al piano superiore;
- stringere un accordo con un circolo culturale per fornire un servizio di happy hour nel corso di eventi.

Sulla base di questi elementi individua la quota di mercato in valore del "Principe" e i fattori di Marketing strategico e/o operativo messi in atto.

Quote di mercato: Il principe 18,89%; A 19,40%; B 21,03%; C 22%; D 18,50% si chiede solo la quota di mercato del primo ristorante e poi il totale non fa 100

2. Marketing Plan di Bed & Breakfast. Analizza il seguente caso.

La famiglia Filippi progetta di aprire un'attività di B&B in una cittadina costiera delle Marche, meta di turismo balneare e base per un turismo culturale nell'entroterra della Regione. Affida, perciò, una ricerca di mercato a un'agenzia specializzata, da cui risulta che:

- il trend dei flussi turistici verso B&B è in crescita, nella zona così come a livello nazionale;
- il mercato locale della clientela B&B è così composto:
 - 40% da famiglie, in prevalenza italiane, che scelgono il posto per trascorrere un periodo di riposo/vacanza, con capacità di spesa media;
 - 30% da coppie o single, sia italiani che stranieri, che scelgono la località sia per svago che per cultura, con capacità di spesa medio-alta;
 - 30% di giovani in cerca di una sistemazione anche spartana, ma a basso prezzo;
- nella stessa località sono presenti altre tre strutture analoghe che hanno le seguenti caratteristiche:
 - il B&B A è di profilo medio-alto (100 € a notte in alta stagione, camera doppia), situato in una location moderna sul lungomare, con notevole varietà di servizi accessori;
 - i B&B B e C sono di profilo medio-basso (40-50 € a notte), situati nel centro storico, con servizi base.

I punti di forza del "B&B Casa Filippi" sono: la connessione Internet, la vicinanza sia al centro storico che al mare, la location in una costruzione nuova con ampio parcheggio. Un punto di debolezza è la mancanza di climatizzazione. La famiglia Filippi sceglie di praticare un prezzo di 75 € a notte, puntando su una colazione varia e abbondante e mirando a intercettare anche il target di clientela turistico/culturale.

Redigi uno schema relativo alle scelte strategiche e operative. Costruisci il grafico e indica il corretto posizionamento del "B&B Casa Filippi". In quest'ultimo caso individua anche la posizione dei concorrenti, avvalendoti della tabella di valori qui riportata:

- qualità e prezzi medi sono compresi tra i valori +1 e -1
- qualità e prezzi medio/bassi tra -2 e -4
- qualità e prezzi medio alti tra +2 e +4
- qualità ordinaria e prezzi molto bassi (-5)
- qualità elevata e prezzi molto elevati (+5)

Il posizionamento del B&B Casa Filippi è: +1; +1

max 30 punti ◀

Totale 30 punti

Griglia di valutazione

max 30 punti

p. 30	Ottimo
p. 27-29	Distinto
p. 24-26	Buono
p. 21-23	Più che sufficiente
p. 18-20	Sufficiente
p. 15-17	Scarso
< p. 15	Gravemente insufficiente