

CARTA DEI VALORI DEL MARKETING UMANISTICO

di **Mario Bonferoni**

IL MARKETING UMANISTICO, SCIENZA E METODO MULTIDISCIPLINARE AL SERVIZIO DELL'IMPRESA, CONTRIBUISCE A:

- ✓ CREARE STRATEGIE E PROGRAMMI DI POSIZIONAMENTO
- ✓ FAVORIRE RELAZIONE E FEDELITÀ CON GLI STAKEHOLDER
- ✓ OFFRIRE VALORE A OGNI PERSONA
- ✓ RISPONDERE ALLE NECESSITÀ EMOTIVE, RAZIONALI, ETICHE

I 10 PRINCIPI

La Carta è stata presentata al Philip Kotler Marketing Forum, il 15 maggio scorso

www.pkmtf-italy.com

IL MARKETING UMANISTICO SI PROPONE DI SODDISFARE IL CLIENTE MA CON UNA NON IRILEVANTE DIFFERENZA: LE IMPRESE CHE LO APPLICANO POSSIEDONO ANCHE MISSIONI, VISIONI E VALORI VOLTI A DARE UN CONTRIBUTO AL MONDO **” Philip Kotler**

1

DALLA CONFESSIONE PER ALL'UOMO, SMI, SMO, SMO

Il marketing è un servizio che nasce e si evolve con l'uomo.

IL POTERE DEL DIALOGO CREA COMUNITÀ

Il marketing è un dialogo che crea comunità e prosperità con il mercato.

2

Per scoprire le idee e le passioni delle persone, è necessario ascoltare.

3

Essere in grado di ascoltare con il cuore.

4

Per scoprire le idee e le passioni delle persone, è necessario ascoltare.

5

Essere in grado di ascoltare con il cuore.

6

Il marketing è un dialogo che crea comunità e prosperità con il mercato.

7

Essere in grado di ascoltare con il cuore.

8

Per scoprire le idee e le passioni delle persone, è necessario ascoltare.

9

Essere in grado di ascoltare con il cuore.

10

IL BILANCIO SOCIALE

Il marketing umanistico si inserisce nella prospettiva della funzione sociale dell'impresa, e la sua finalità è la creazione di valore per tutti.

Questo marketing è quello che si inserisce nel cuore del mercato, e che crea comunità e prosperità con il mercato.