

MIP Politecnico di Milano

2° EMBA ICT- Finance

Esame di Marketing I

Responsabile del Corso: Prof. Giuliano Noci

25 Maggio 2007

Analisi:

Dopo aver letto il caso TiVo, si risponda alle seguenti domande giustificando la risposta:

1. Si analizzi la value proposition di TiVo. In particolare quali sono le componenti del valore proposto ai clienti? (3 punti)
2. Perché le vendite del prodotto non stanno rispettando le attese? (4 punti)
3. Si qualifichi il mercato di riferimento e si effettui una segmentazione della base dei clienti potenziali. (4 punti)
4. Come si posiziona il prodotto sul mercato? C'è un unico concept o il prodotto può essere percepito in maniera diversa a seconda delle caratteristiche che vengono evidenziate e/o del diverso segmento di clienti di riferimento? (7 punti)
5. Si analizzi il sistema competitivo allargato di TiVo. In particolare, analizzando i rapporti di filiera, si evidenzino come TiVo è percepito dalle concessionarie pubblicitarie e dai network televisivi. (5 punti)
6. Si valuti il piano di marketing proposto nella parte finale del caso, evidenziando, in particolare:
 - a. la sua coerenza interna e la coerenza con la strategia di marketing dell'azienda
 - b. il communication mix proposto(7 punti)

Indicazioni metodologiche:

- Gruppi di 4/5 allievi
- Elaborato di massimo 10 pagine formato A4, escluso eventuali grafici e tabelle allegati
- Il rapporto dovrà essere caricato sulla piattaforma* entro il 23 luglio 2007, nominandolo nel seguente modo: NOMEGRUPPO_2SGMFIN_MARKETING

* Il rapporto dovrà essere caricato nella cartella "prova" presente nel teaching materials dell'area Marketing. In particolare, il documento dovrà essere caricato nella zona inferiore dell'area materials. Il documento sarà così visibile solo a colui che lo ha caricato e al docente (oltre che allo staff).