

## IL PIANO DI MARKETING

**Obiettivi:** Il corso intende trasferire tutti i concetti sottesi al Piano di Marketing: Struttura del Piano di marketing, come stabilire gli obiettivi, come sviluppare la strategia di marketing, come sviluppare le tattiche di marketing, fare previsioni per il piano di marketing, Indici finanziari per il piano di marketing, Implementazione e presentazione del piano di marketing. La parte teorica è corredata a moduli-guida che aiutano a raccogliere e sintetizzare le informazioni necessario alla stesura del piano. Il corso è completato da esempi dettagliati di altrettanti piani di marketing, utili nella pratica aziendale: per la vendita di servizi, per la vendita di prodotti. Il corso è una guida esauriente e completa non solo per la stesura organica ma anche per la valutazione e interpretazione di un piano di marketing: dalle fasi preparative, alla determinazione degli obiettivi e delle tattiche, fino alla raccolta dei fondi necessari.

**Destinatari:** Imprenditori, marketing manager, addetti alla formazione, studenti di marketing, Consorzi, Cooperative.

### Contenuti

#### **Richiamo dei principali concetti e strumenti di Marketing Strategico e Operativo**

##### **La Struttura di un Piano di Marketing**

- Sommario
- Analisi della situazione
- Sommario del Mercato
  - Descrizione del Mercato
  - Bisogni del Mercato
  - Trend del Mercato
  - Crescita del Mercato
- **Analisi delle Forze-Debolezze e delle Minacce-Opportunità**
  - Forze
  - Debolezze
  - Opportunità
  - Minacce
- Elaborazione delle Strategie-Guida
- Concorrenza
- Fattori Critici di Successo
- Risultati Storici

- Strategia di Marketing
- Mission
- Obiettivi economico-finanziari
- Strategia di Segmentazione e Targetizzazione
- Posizionamento
- Piramide delle Strategie

- **Marketing-Mix**

- Prodotto
- Prezzo
- Promozione/Comunicazione
- Servizi
- Distribuzione

- Aspetti finanziari
- Analisi di Break-Even
- Previsione delle Vendite
- Budget Spese e Contribuzione

- Bilanciamento Strategico
  - Implementazione e Controllo
- Implementazione
  - Controllo
  - Piano di Emergenza

### **Piano di Marketing (II parte)**

Cenni sui metodi di previsione delle vendite

Esercitazione con un Simulatore e generatore di piano di marketing