

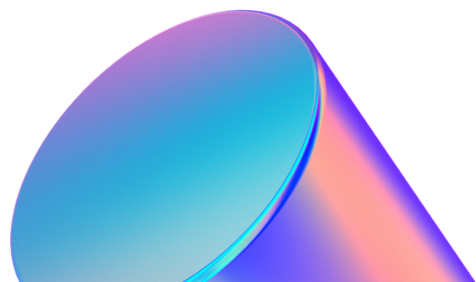


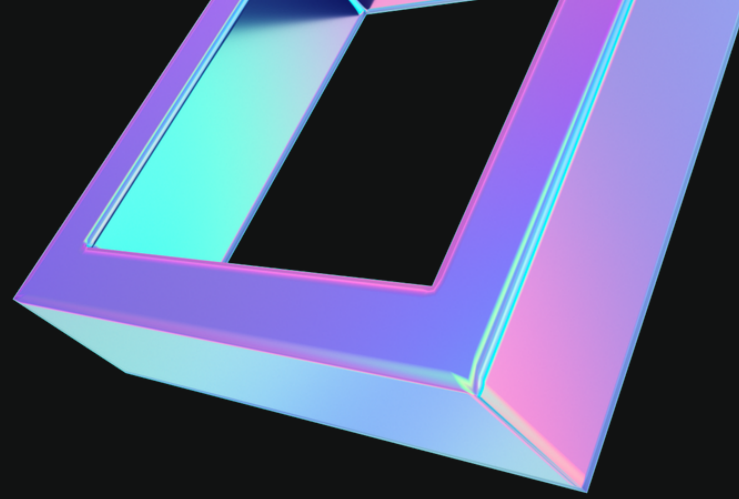
**PERCHÉ IL PIANO DI
MARKETING È IL
PUNTO DI
RIFERIMENTO DELLE
AZIONI
STRATEGICHE?**

01

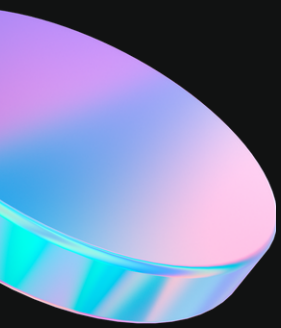


In passato l'attività di marketing avevano come obiettivi principali la crescita del mercato, l'acquisizione di nuovi clienti o l'apertura di nuovi canali di vendita. Oggi le strategie di successo tendono alla costruzione di un rapporto a lungo termine con i clienti, siano essi acquisiti o potenziali.

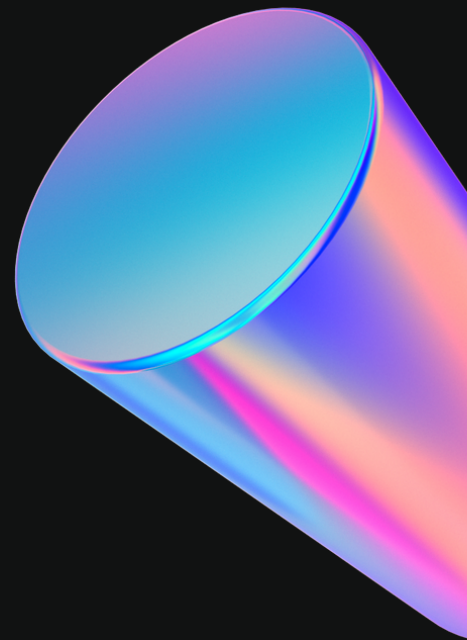




È sulla base di queste premesse che si sviluppa il marketing relazionale come vera e propria filosofia per la gestione dell'impresa

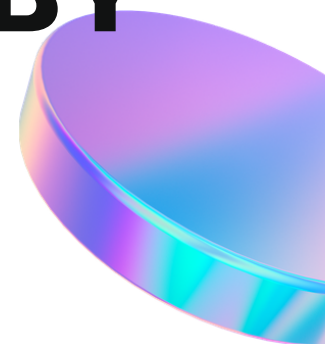


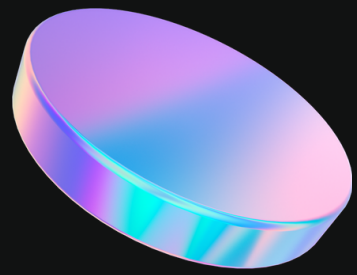
**A COSA SERVE
UN PIANO DI
MARKETING?**



04

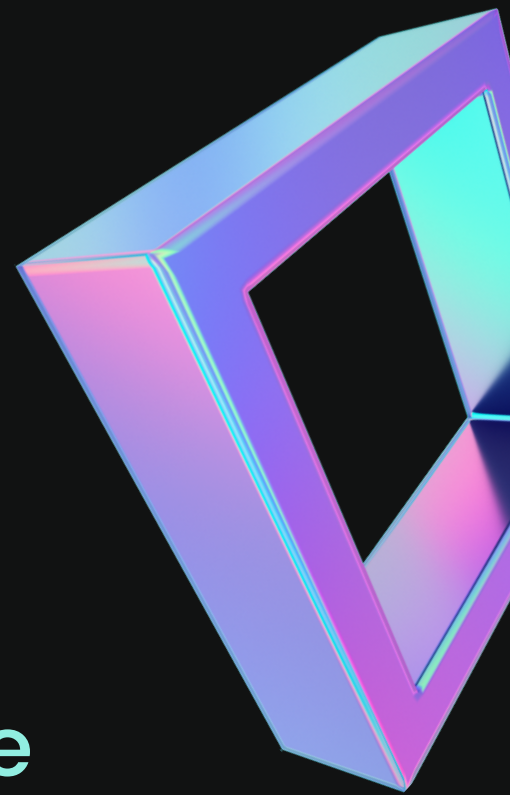
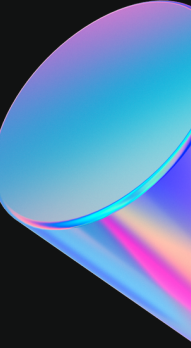
**IL PIANO DI MARKETING
AIUTA AD EVITARE GLI
SPRECHI, PERCHÉ STEP BY
STEP, SOLO CON LE
VERIFICHE, GLI
AGGIUSTAMENTI E CON LA
PIANIFICAZIONE SI
POSSONO GENERARE
QUELLE OTTIMIZZAZIONI
CHE DETERMINANO I
MIGLIORAMENTI DELLE
STRATEGIE.**





I contenuti essenziali di un piano di marketing sono:

- Premessa generale e indice
- Analisi della situazione attuale
- Strategia di marketing
- Previsioni di conto economico
- Controlli dell'attuazione



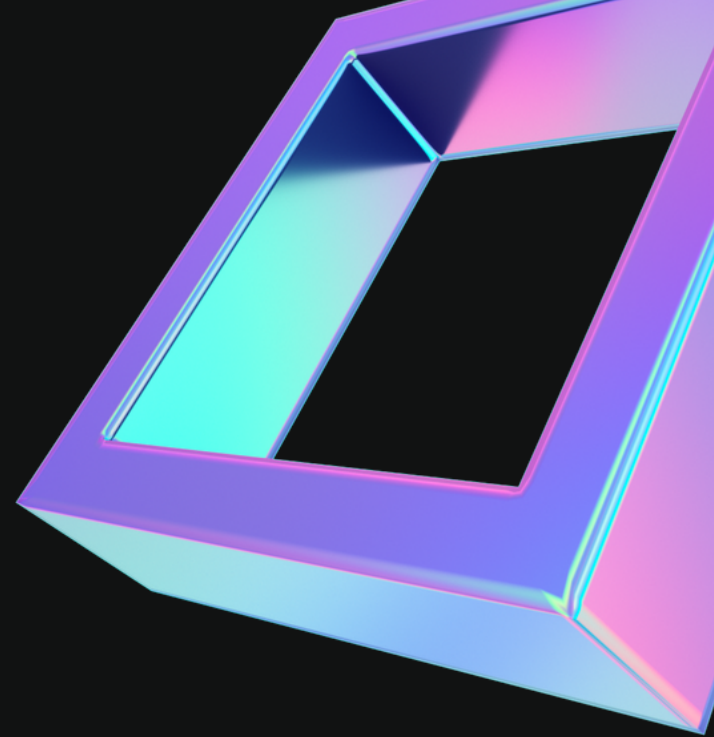
Beh, anche quando scriviamo un'email, un post su Facebook e soprattutto un articolo, stiamo pianificando...

CONCLUSIONI:

Creare un piano di marketing con i presupposti errati può portare a disastri addirittura al fallimento.

Per questo è meglio dotarsi di una formazione approfondita che tenga conto dello sviluppo di cui i mercati sono stati oggetto fino ad oggi e dei possibili scenari futuri.

COMMENT



**CONDIVIDI
COMMENTA
INTERAGISCI**

