

DESCRIZIONE DEL LIBRO “IL PIANO DI MARKETING”

Tutte le aziende, di qualsiasi settore e dimensione, scrivono un piano di marketing. Tutte, infatti, in qualche modo fanno il budget per l'anno seguente.

Per scrivere un budget realistico, bisogna prima analizzare il proprio mercato, valutare la propria competitività, e quantificare le risorse disponibili. Poi, acquisita una più chiara consapevolezza della situazione, decidere gli obiettivi di fatturato e margine e le strategie per conseguirli. Infine, calcolare il costo degli interventi da attuare. Magari alcune di queste operazioni le si fa a mente, ma sono passi che vanno percorsi.

Si tratta della sequenza che si segue per scrivere un piano di marketing, niente di realmente nuovo. Ma se le operazioni vengono eseguite in modo tecnicamente corretto e utilizzando modelli di sperimentata efficacia, è praticamente certo che si aumenterà di molto la probabilità di raggiungere i propri obiettivi.

Questo libro descrive in dettaglio l'attività di un consulente che assiste una piccola azienda nella redazione del suo primo piano di marketing, lavoro che l'autore ha svolto per molti anni. Leggendolo, si segue passo per passo come viene costruito un vero piano, con la chiara e precisa spiegazione di come e perché ogni operazione viene eseguita.

Alla fine del libro, ci sono i modelli pronti per redigere un piano in grado di migliorare sensibilmente i risultati del proprio business, e farlo in un tempo sorprendentemente breve.

In occasione della traduzione in inglese per pubblicare il libro negli Stati Uniti il testo è stato revisionato, rendendo le istruzioni da seguire ancora più chiare, e i conti economici nel piano facili da costruire qualsiasi tipo di contabilità l'azienda utilizzi. I perfezionamenti sono stati incorporati, nel 2022, in questa nuova edizione italiana migliorata.

Il libro è in vendita unicamente online, su Amazon.it.