

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 redigere un budget realistico, bisogna prima analizzare il proprio mercato, valutare la propria competitività, e quantificare le risorse disponibili. Poi, acquisita una chiara consapevolezza della situazione, decidere gli obiettivi di fatturato e margine e le strategie migliori per conseguirli. Infine, definire le azioni da mettere in opera per attuare le strategie, calcolandone il costo. Chi gestisce un'impresa molto piccola magari fa quasi tutto a mente, ma questi passi vanno percorsi comunque.

Si tratta esattamente della sequenza di azioni per realizzare un piano di marketing. Se vengono eseguite seguendo un processo tecnicamente corretto e utilizzando schemi ben sperimentati, cioè scrivendo un piano di marketing, è praticamente certo che si finirà con il prendere decisioni migliori.

Allora, perché molte piccole e medie imprese non lo fanno? Magari perché in passato ci hanno provato ma, costretti dalla mancanza di tempo, hanno redatto un piano così semplificato da essere quasi inutile. Purtroppo, per ottenere i vantaggi di un piano efficace, è necessario scrivere un piano vero.

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 di marketing, con la chiara e precisa spiegazione di come e perché ogni operazione viene eseguita.

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

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