

IL MARKETING PLAN

di Antonio Ferrandina

IMPORTANTE



Questo volume è dotato di un software per la stesura guidata di Piani di Marketing.

Le istruzioni per scaricare i file sono a pag. 221

N.B.: Nelle versioni elettroniche del volume tutti i rimandi interni (per es. da Sommario a paragrafi) sono attivabili (link)

EDIZIONI
FAG
MILANO

*Questo libro è dedicato
alla memoria di mio fratello Lorenzo*

Indice sistematico

Prefazione

Prefazione alla prima edizione	7
Prefazione alla seconda edizione.....	9
Prefazione alla terza edizione.....	10
Prefazione alla quarta edizione.....	11
Prefazione alla quinta edizione	12
Prefazione alla sesta edizione	13

Capitolo 1 - Il marketing aziendale

1. Il Marketing Strategico e il Marketing Operativo.....	15
2. Le principali scelte di marketing	17
3. La struttura del Piano di Marketing.....	23

Capitolo 2 - Le parti del Marketing Plan

1. L'indice del piano	25
2. Step e task del piano.....	28
3. Gli allegati.....	67

Capitolo 3 - Esempi di Marketing Plan

1. Premessa.....	69
2. Il caso Automatica SpA.....	71
3. Il caso Beauty Planet North America	92
4. Il caso Hotel Villa Elite	117
5. Il caso Bed & Breakfast La Rondine	136
6. Il caso Euromobili SpA.....	160

Capitolo 4 - *Marketing Planner*: software per la stesura guidata di Piani di Marketing

1. Introduzione.....	187
2. Presentazione.....	187
3. Installazione di Marketing Planner.....	188
4. Funzionamento del programma.....	195
5. Condizioni di utilizzo del software.....	199

Capitolo 5 - Strumenti di marketing strategico

1. Introduzione.....	201
2. SWOT.....	202
3. Profilo Segmenti.....	206
4. Matrice di Targeting.....	209
5. Mappa di Posizionamento.....	212

Bibliografia.....	221
--------------------------	------------