



# Corso di Fondamenti di marketing internazionale a.a. 2022-2023

## Lezione 16 – Il piano di marketing

elena.cedrola@unimc.it

<http://docenti.unimc.it/docenti/elena-cedrola>

# IL PIANO DI MARKETING

- **Premessa generale**
- **Situazione attuale di marketing**
- **Analisi delle opportunità e dei problemi**
- **Obiettivi**
- **Strategie di marketing**
- **Piani d'azione**
- **Previsione di conto economico**
- **Controlli**

# CONTENUTI DEL PIANO DI MARKETING <sup>(1)</sup>

## PREMESSA GENERALE

Presenta una panoramica succinta per un rapido inquadramento del piano predisposto da parte della direzione

## SITUAZIONE ATTUALE DI MARKETING

Presenta i principali dati di base a proposito di mercato, prodotti, situazione competitiva, distribuzione e macro-ambiente

## ANALISI DELLE OPPORTUNITA' E DEI PROBLEMI

Riassume le principali minacce, opportunità, forze, debolezze, nonché i problemi che riguardano il prodotto e che verranno considerati nel piano

# CONTENUTI DEL PIANO DI MARKETING <sup>(2)</sup>

## OBIETTIVI

Definisce i traguardi che il piano vuole raggiungere in termini di volume delle vendite, quota di mercato e profitti

## STRATEGIA DI MARKETING

Presenta l'approccio generale di marketing che sarà impiegato per raggiungere gli obiettivi del piano

## PIANI D'AZIONE

Risponde alle domande:

- cosa sarà fatto?
- chi lo farà?
- quando sarà fatto?
- quanto costerà?

---

# CONTENUTI DEL PIANO DI MARKETING <sup>(3)</sup>

## PREVISIONE DI CONTO ECONOMICO

**Sintetizza i risultati economico/finanziari del piano**

## CONTROLLI

**Specifica i sistemi di controllo che saranno applicati durante l'esecuzione del piano**

---

# Riferimenti bibliografici

- Cap. 10 Blythe Cedrola Martin