

“PIANO DI MARKETING OPERATIVO” è acquistabile nel Business Center di FISCOeTASSE.com, la tua guida per un fisco semplice, accanto al professionista dal 1999, per assicurare l’aggiornamento professionale attraverso vari canali: [Portale per l'aggiornamento quotidiano](#), [Blog](#), [Forum](#), [Area Abbonamenti](#), [Business Center](#), [Site Center](#) e [Fisco Professionisti](#).

In particolare, nel [Business Center](#) troverai utili software, tools ed interessanti ebook dedicati al Professionista. E se ti [iscrivi alla newsletter](#) riceverai gratuitamente le notizie più interessanti sul fisco direttamente via mail.

PIANO DI MARKETING OPERATIVO

Percorso guidato per la stesura di un completo Piano di Marketing

Versione 2.1 del 10/09/2017

Clicca qui per accedere alla scheda del prodotto: "[PIANO DI MARKETING OPERATIVO \(EXCEL\)](#)"

Il “marketing” è un insieme di attività svolte dall’azienda che, partendo dall’analisi del mercato e della concorrenza, arriva a definire le più efficaci strategie per acquisire nuovi clienti, fidelizzare quelli già acquisiti e creare valore e soddisfazione nella clientela.

Questa è una attività che qualsiasi imprenditore affronta a volte anche inconsapevolmente.

Esplicitare invece tutte le singole azioni in un apposito piano, può portare a maggiore consapevolezza da parte dell’azienda sulle strategie operative da mettere in atto a beneficio del cliente.

Il tool “PIANO DI MARKETING OPERATIVO” (*file Excel*) è un percorso guidato per l’elaborazione di un completo Piano di marketing strategico e operativo. Le diverse videate hanno una area precompilata con scelta tra diverse opzioni che l’utente del tool dovrà selezionare. Inoltre appositi fogli di Word implementati permettono di scrivere appunti o note relative al piano.

L’elaborazione del Piano di marketing avviene attraverso 2 distinte fasi:

- **Fase 1: Raccolta dati e informazioni**
- **Fase 2: Decisione delle strategie da attuare (marketing mix)**

Il menu principale del software è suddiviso distinguendo proprio queste 2 fasi:

Piano di MARKETING OPERATIVO

Versione 2.1 del 10/09/2017

Realizzato da: Nicola Napolitano

[Istruzioni](#)

FASE 1: Raccolta dati	FASE 2: Decisione delle strategie	
ANALISI DI MERCATO (il macroambiente)	SEGMENTAZIONE DEL MERCATO	STRATEGIE DI PROMOZIONE
ANALISI DELLA CONCORRENZA (il microambiente)	OBIETTIVI DI MARKETING	STRATEGIE DI DISTRIBUZIONE
MINACCE E OPPORTUNITA'	STRATEGIE DI PRODOTTO	PIANIFICAZIONE DELLE AZIONI
PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA	STRATEGIE DI PREZZO	CONTROLLO DEI RISULTATI

Seguono le descrizioni e le immagini relative ad alcune opzioni del menu principale.

Ogni videata interna contiene una cella "commento" dove, passando il mouse, appare una finestra che illustra come procedere.

Segue uno screen shot dell'analisi della concorrenza:

ANALISI DELLA CONCORRENZA							
<input checked="" type="checkbox"/> Limitata		<input type="checkbox"/> Elevata					
VALUTAZIONE DELLA FORZA DEI CONCORRENTI DIRETTI							
	Forza	Concorrente A			Concorrente B		
		debole	media	forte	debole	media	forte
Qualità prodotto		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prezzo		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Distribuzione		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Promozione		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Organizzazione		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Notorietà		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Immagine		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Altro (inserire)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

E' sufficiente spuntare le diverse risposte per ottenere una analisi ragionata dei diversi concorrenti.

La **segmentazione del mercato** permette di compilare la matrice "prodotti/mercati":

MATRICE PRODOTTI-MERCATI				
Prodotti	Segmenti			
	Imprese	Studi commerc.	Professionisti	Famiglie
PC e accessori	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Portatili	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Software gest.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Videogiochi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prodotto E	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*I segmenti vengono riportati in automatico nei fogli successivi.
I prodotti vengono riportati in automatico nel foglio "Strategie di prodotto".*

Per ogni prodotto viene attuata la decisione di una apposita strategia, e il tool guida in modo semplice in questa ulteriore attività:

	PC e accessori	Portatili	Software gest.	Vie
Attributi dei prodotti				
Garanzia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Servizi post vendita	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Consegna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Modalità di pagamento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Altro (inserire)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Altro (inserire)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Fasi del ciclo di vita dei prodotti				
Introduzione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Sviluppo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Maturità	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Declino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
RIMEDI IN FASE DI DECLINO				
Investire in promozione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Migliorare la qualità del prodotto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Aggiungere attributi al prodotto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Circa le strategie di promozione, il tool propone un completo elenco di tecniche promozionali e suggerisce il migliore mix promozionale in base a diversi criteri (tipologia del mercato, disponibilità dell'acquirente, stadio del ciclo di vita del prodotto).

STRATEGIE DI PROMOZIONE Menu

Fogli utilità Tecniche promozionali

Il mix promozionale

	Imprese	Studi commerc.	Professionisti	F
PUBBLICITA' CLASSICA				
Televisione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Stampa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Affissioni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Cinema	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Locandine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Annuari	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
PROMOZIONE VENDITE				
Gadget	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Regali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Animazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Fiere mostre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Al fine di scansionare nel tempo e programmare le diverse attività proposte dal piano di marketing, è possibile accedere all' opzione "Pianificazione delle azioni":

PIANIFICAZIONE DELLE AZIONI					
					Menu
AZIONI					
	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre
1° FASE: Raccolta dati e informazioni					
Analisi del mercato					
Analisi della concorrenza					
Analisi interna (minacce-opportunità)					
Analisi interna (punti di forza-debolezza)					
2° FASE: Decisione delle strategie					
Segmentazione del mercato					
Obiettivi di marketing					
Strategie di prodotto					
Strategie di prezzo					
Strategie di distribuzione					
Strategie di promozione					

Infine è possibile anche mettere a confronto i costi sostenuti per le azioni di marketing con i risultati ottenuti in termine di vendite:

CONTROLLO DEI RISULTATI				
				Menu
Commento				
	Vendite per periodo	Variazione sul periodo precedente	Costi di Marketing per periodo	Rapporto Vendite/Costi Marketing
maggio	€ 80.000,00		€ 3.000,00	3,75%
giugno	€ 70.000,00	-12,50%	€ 2.000,00	2,86%
luglio	€ 95.000,00	35,71%	€ 1.000,00	1,05%
agosto	€ 110.000,00	15,79%		0,00%
settembre	€ 60.000,00	-45,45%		0,00%
ottobre	€ 90.000,00	50,00%		0,00%
Totali	€ 505.000,00		€ 6.000,00	1,19%

Il tool può essere utile a:

- ✓ Commercialisti e consulenti aziendali, che intendono incrementare il valore aggiunto della propria consulenza alle aziende clienti;
- ✓ Imprenditori, amministratori, addetti alla direzione aziendale, per pianificare le proprie strategie.

Autore:

Nicola Napolitano

Altri prodotti dello stesso autore:

<https://www.fiscoetasse.com/autorebc/scheda/id/67>

[INSERIRE FUNZIONALITA' PRODOTTO / Indice delle Funzionalità]

[INSERIRE IMMAGINI PRODOTTO CON BREVE PRESENTAZIONE IMMAGINE (didascalia)]