

# Il Piano di Marketing

Istruzioni per l'uso



SdV

Consulenze e ricerche  
di marketing

# CONTENUTI DELLA PRESENTAZIONE

01 Introduzione

02 Impostazione del Piano di Marketing

03 Utilizzo del Piano di Marketing

04 Sommario del Piano di Marketing



CAPITOLO 1

# Introduzione

Il piano di marketing è il documento più importante che la direzione marketing produce nel corso dell'anno

Contiene:



- **I dati salienti** dell'anno trascorso (e dei precedenti)
- **Gli obiettivi e le strategie** da attuare nell'anno successivo

# INTRODUZIONE



Una volta approvato  
dalla direzione  
generale



Il piano di marketing  
diventa uno strumento  
operativo



Una guida pratica, sulle  
azioni da attuare sul  
mercato

CAPITOLO 2

# Impostazione del Piano di Marketing

## ORIZZONTI TEMPORALI DELLA PIANIFICAZIONE

Il lavoro più dettagliato di pianificazione in azienda in chiave di marketing normalmente riguarda **l'anno successivo**

Quando si considerano strategie a medio lungo termine, si possono analizzare anche orizzonti temporali più lunghi

## ORIZZONTI TEMPORALI DELLA PIANIFICAZIONE





## PIANI DI PRODOTTO E PIANO AZIENDALE

Il piano marketing aziendale non è altro che la somma dei singoli piani marketing di prodotto



Se le strategie relative ad un prodotto spesso non sono «sommabili» con quelle di un altro..

..i fatturati in valore consuntivi e previsti, i costi e i margini di contribuzione invece lo sono

CAPITOLO 3




# Utilizzo del Piano di Marketing

## IL PIANO DI MARKETING NEL QUOTIDIANO

Seguire le indicazioni strategiche derivanti dal documento significa **pianificare le attività, giornalmente passo dopo passo**

## IL PIANO DI MARKETING NEL QUOTIDIANO

Ogni piano di marketing riporta ciascuna attività esposta e dettagliata in termini di:

-  **1 Tempi:** date previste di inizio e di fine operazione
-  **2 Obiettivi Generali**
-  **3 Obiettivi Quantitativi**

## IL PIANO DI MARKETING NEL QUOTIDIANO

- 4 Descrizione precisa dei vari **step operativi** previsti
- 5 Persone coinvolte e «**chi fa cosa**»
- 6 Dettaglio **costi** previsti
- 7 **Conto Economico**

## LA MENSILIZZAZIONE DEL PM: CHIAVE PER IL MONITORAGGIO

Il piano marketing è **anche uno strumento di controllo** che serve a verificare mese dopo mese se **gli obiettivi fissati vengono o meno raggiunti**



L'utilizzo quotidiano del piano marketing non riguarda solamente il riferimento alle iniziative da attuare

## LA MENSILIZZAZIONE DEL PM: CHIAVE PER IL MONITORAGGIO

Infatti alla fine di ogni mese, grazie al **reporting di marketing** si controllano:



- Eventuali scostamenti dal piano
- Motivi per cui si sono verificati gli scostamenti



CAPITOLO 4

# Sommario del Piano di Marketing







## IL SOMMARIO TIPO DEL PIANO DI MARKETING




Il sommario tipo del piano di marketing di prodotto è il seguente:

-  Analisi dinamica **del mercato e delle marche**, trend del settore e della concorrenza
-  **Analisi dei dati interni. Confronto con i dati degli anni precedenti e con il budget.** Valutazione della propria performance rispetto al passato.

## IL SOMMARIO TIPO DEL PIANO DI MARKETING

-  **3 Conto economico consuntivo.** Confronto con i conti economici degli **anni precedenti e con il budget.**
-  **4 Dettaglio consuntivo spese marketing**
-  **5 Analisi swot o fdom** (punti forti, punti deboli, opportunità, minacce)
-  **6 Obiettivi di marketing per l'anno successivo**

## IL SOMMARIO TIPO DEL PIANO DI MARKETING

-  **7 Strategie di marketing previste e loro calendarizzazione all'interno dell'anno successivo**
-  **8 Conto economico previsionale**
-  **9 Dettaglio spese marketing previste**

Se hai trovato questo report utile e interessante,  
consulta gli altri a disposizione sul nostro sito

[www.sdvmarketing.it](http://www.sdvmarketing.it)

- Le ricerche di mercato – Consigli alle aziende
- Le analisi statistiche multivariate a supporto delle ricerche di mercato
- Il report commerciale e di marketing

# SdV

Consulenze e ricerche  
di marketing

Corso Milano, 54  
35139 Padova

tel. +39 049 8760754  
fax. +39 049 8761922  
email: [info@sdvmarketing.it](mailto:info@sdvmarketing.it)  
web: [www.sdvmarketing.it](http://www.sdvmarketing.it)