
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

EDIZIONI
FAG
MILANO

Indice sistematico

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
Prefazione alla settima edizione	14
Capitolo 1 - Il marketing aziendale	
1.1 Il Marketing Strategico e il Marketing Operativo	15
1.2 Le principali scelte di marketing.....	18
1.3 La struttura del Piano di Marketing.....	23
Capitolo 2 - Le parti del Marketing Plan	
2.1 L'indice del piano	25
2.2 Step e task del piano.....	28
2.3 Gli allegati.....	64
Capitolo 3 - Esempi di Marketing Plan	
3.1 Premessa.....	65
3.2 Il caso Automatica SpA.....	67
3.3 Il caso Beauty Planet North America	85
3.4 Il caso Hotel Villa Elite.....	105

3.5	Il caso Bed & Breakfast La Rondine	123
3.6	Il caso Euromobili SpA.....	143

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

4.1	Introduzione	167
4.2	Presentazione.....	167
4.3	Installazione di Marketing Planner	168
4.4	Funzionamento del programma.....	175
4.5	Condizioni di utilizzo del software	179

Capitolo 5 - Strumenti di marketing strategico

5.1	Introduzione	183
5.2	SWOT	184
5.3	Profilo Segmenti.....	188
5.4	Matrice di Targeting.....	190
5.5	Mappa di Posizionamento	193

Capitolo 6 - Strumenti di marketing operativo

6.1	Introduzione	199
6.2	Curva di adozione di un nuovo prodotto (Bass Model)	200
6.3	Curva ABC di prodotto.....	203
6.4	Buy Response	205
6.5	Scelta della promozione fra le leve del mkt-mix	210
6.6	Zona di attrazione reciproca dei magazzini	213

Bibliografia	217
---------------------------	-----