



Masdar Consulting

Business Plan: come realizzare un piano strategico e operativo

OBIETTIVI

Costruire un business plan in tutti i suoi aspetti, dall'idea di prodotto o servizio alla sua realizzazione con chiara definizione degli obiettivi, attività, investimenti e flussi di ricavi.

DESTINATARI

Responsabili marketing, responsabili commerciali, product manager e tutte le persone che vogliono intraprendere la carriera in ambito marketing o vogliono migliorare il proprio ruolo

DURATA

16-24 ore in funzione della tipologia di intervento

KEY WORDS

Marketing strategico e operativo, piano di marketing, business plan, investimento e ROI. Marketing mix, segmentazione del mercato, mappe di posizionamento.

MODALITA'

Formazione d'aula, esercizi individuali, esercizi di gruppo, coaching,



- **A cosa serve un piano?**
Costruire un piano di marketing che non sia aria fritta!
- **Si può navigare a vista?** Senza una meta, ogni luogo diventa destinazione. Definire chiari obiettivi per delineare il percorso più efficace.
- **Marketing come investimento e non come spesa!** Dare valore ai prodotti o servizi anche tramite le azioni di marketing e al miglioramento delle proprie competenze!

Pensare per il lungo termine, agire nel breve.

Un buon piano strategico, assieme ad azioni immediate e concrete permettono risultati migliori.

In un contesto estremamente variabile dove risulta complesso prevedere il successo di un prodotto o servizio, è necessaria una pianificazione attenta delle attività.

Un piano che risulti esaustivo sia nel medio che nel breve periodo facilita le scelte manageriali e imprenditoriali, massimizzando le probabilità di successo.

Bisogna però conoscere il metodo per redigere un piano solido, sostenibile ma allo stesso tempo flessibile. E' poi fondamentale saperlo 'vendere' internamente o esternamente all'azienda per poi realizzarlo nei tempi e nei modi previsti.

Il corso nasce con l'obiettivo di supportare le persone che lavorano in ambito marketing ad acquisire metodi e tecniche per pensare, scrivere, condividere, realizzare e presentare un piano di marketing.

Alcuni temi trattati

- *La funzione marketing, differenze tra marketing strategico e operativo, come si relaziona con le altre funzioni aziendali, quali sono gli obiettivi del marketing?*
- *Come costruire un business plan, analisi quantitativa e qualitativa degli investimenti, calcolo del ROI.*
- *Saper presentare il piano di marketing, argomentare i benefici, gestire le possibili obiezioni al piano.*