

## APPUNTI DI MARKETING

a cura di Giovanni Carlini - sociologo dei consumi e di marketing

# Che cos'è un piano di marketing

Partiamo con una nuova rubrica per i lettori di Subfornitura News incentrata sui temi principali del marketing. Lo scopo, quello di aiutare le imprese a usare bene e con coscienza degli strumenti utili per "fare la differenza" sul mercato

Più o meno ogni rivista ha una sua rubrica di marketing, ma il risultato pratico è che solo il 17% delle imprese italiane adotta un piano di marketing contro il 71% di quelle tedesche, il 68% delle francesi e l'82% di quelle americane. (dati contenuti nel monitoraggio che la Camera di Commercio di Milano redige annualmente). Cosa significano questi dati? È semplice! Con un piano di marketing monitorato ogni 30 giorni in forza di un sistema di contabilità industriale, la redditività d'impresa è superiore del 25-28% rispetto a chi non lo adotta. Chiariamo cosa sia un piano di marketing. Questo documento serve alle imprese per "vedere" dove esse saranno fra 6, 12 e 18 mesi. In pratica è un piano di

battaglia. Le sue componenti sono essenzialmente 10:

- che tipo di prodotto si colloca sul mercato;
- chi è il mio cliente di riferimento, distinto per genere, età;
- su quale area geografica insiste l'azienda;
- quanto vale in percentuale la quantità di vendite dell'impresa sul totale di vendita per quell'articolo in quella certa zona;
- chi è la concorrenza (numero di operatori ostili)
- quali sono i prodotti della concorrenza;
- un serio confronto tra il prezzo e qualità del nostro prodotto e quello della concorrenza;
- una valutazione sui costi e tempi da sostenere per seriamente opporsi alla concorrenza;
- stima di resistenza della



nostra impresa senza fare nulla o, al contrario, di quanto tempo in mesi è possibile distaccare la concorrenza se dovesse imporsi una certa soluzione tecnica o di servizio al

cliente;

- percezione del prodotto da parte della clientela e ipotesi di fidelizzazione, a patto che si sia capito se la domanda è da considerarsi elastica o rigida.

Quando qui elencato consente l'affermazione: un'impresa priva di un piano di marketing è uno scherzo. Lo scopo di questa rubrica per Subfornitura News è quello di analizzare,

un passo per volta, la compilazione del piano di marketing limitandosi ai concetti di cui non si può fare a meno. Sicuramente ogni passaggio qui descritto deriva dal pensiero ed esperienze maturate dal padre del marketing moderno: Philip Kotler. A questo grande stratega d'impresa, vivente che ogni anno passo per Milano, in primavera, tenendo una 3 giorni di conferenze, si rinvia per ogni approfondimento qui sintetizzato. Nel dettaglio si consiglia a tutte le imprese un investimento di 31 euro acquistando, di seconda mano, il testo Marketing Management, (qualsiasi edizione va bene) senza il quale l'impresa è destinata a restare "nuda" in un freddo e lungo inverno d'ignoranza.

# RETTIFICA TERRENI



OFF. MECC. DI PRECISIONE

LAVORAZIONI DI RETTIFICA C/TERZI

Via dell'Industria, 8 - 26020 Cappella Cantone - CREMONA  
Tel. 0374-373366 - Fax 0374-372244  
www.rettificaterreni.it - info@rettificaterreni.it



F.A. GIORI  
Fonderia dal 1911

FONDERIA D'OTTONE IN  
PRESSOFUSIONE  
LAVORAZIONI MECCANICHE  
PRODUZIONE ARTICOLI  
TERMOIDRAULICI



Via L. Pastro, 106 - 31040 Volpago del Montello (TV)  
Tel. 0423.620117 - Fax 0423.879182 - www.fagiori.it - info@fagiori.it



**SITEMA**  
Expertise in Safety

SITEMA GmbH & Co. KG  
Im Mittelfeld 10  
D-76135 Karlsruhe  
Tel. + 49 721 98661-0  
E-Mail: info@sitema.de

**SICUREZZA - approvata e certificata**

**Arresto sicuro per barre tonde**

Sitema sviluppa e produce dispositivi di arresto nel campo della sicurezza di persone, per macchine oppure sistemi per movimento come cilindri idraulici e pneumatici. Esempi di applicazioni:

- Presse idrauliche
- Portali di carico
- Assi lineari
- Macchine utensili
- Macchine a iniezione
- Macchine speciali

**CAD 3D-Files scaricabili:**  
www.sitema.de