Come creare un piano di marketing, la mini-guida sintetica

di Paolo Franzese



Sei pronto per iniziare a fare marketing? Non hai nessun piano da dove iniziare? Cosa dovrebbe includere il piano? Come si deve presentare?

Ho capito, hai bisogno del mio aiuto, ti guiderò verso i passi necessari per creare un **piano di marketing** vincente, sono qui per rendere il tuo lavoro più facile.

Se vuoi diventare un vero *professionista del marketing* non perderti questo articolo.

Questi argomenti fanno parte di un'operazione necessaria per qualsiasi azienda che cerca di fare il salto verso il successo, tuttavia se non hai la giusta esperienza potresti perderti.

Come creare un piano di marketing? Capisci il tuo business.

Piano di marketing

Partiamo dal capire il tuo business, chiarire i tuoi obiettivi, focus generale per mantenere tutti quelli del tuo team concentrati su un determinato obiettivo, ma dobbiamo capire lo scopo dietro un piano di marketing.

Un **piano di marketing** deve essere sviluppato per aiutarti a:

- fissare i tuoi obiettivi;
- capire il tuo pubblico di destinazione;
- ottimizzare l'impatto delle tue campagne di marketing;
- comunicare la tua strategia o idea.

Per fare questo ogni piano di marketing dovrebbe contenere tre punti chiave:

1. I tuoi *obiettivi di marketing* a breve e lungo termine;
2. Una descrizione del *pubblico target* e la loro *persona*;

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

3. Una o più *strategie* e *tattiche* di alto livello di *marketing*;

Come creare un piano di marketing? Inizia con un riepilogo travolgente.

Executive Summary

Essenzialmente un breve riassunto o una panoramica di tutta la tua azienda fa parte del dettaglio chiave del tuo piano di marketing.

L'**Executive Summary** non dovrebbe essere molto lungo, serve per dare evidenza a:

- la funzione della tua attività;
- risultati del passato;
- la direzione futura dell'azienda.

Considera di utilizzare un modello in cui i dettagli siano presentati in modo conciso, focus sul punto che ti serve per stuzzicare i tuoi spettatori, cosa leggeranno, cosa accadrà successivamente.

Cerca di essere travolgente e non pensare di fare solo una veloce introduzione.

Come creare un piano di marketing? Chiarezza su Vision e Mission.

Vision e mission

Prima di entrare nel profondo del tuo piano devi evidenziare i valori e rivedere due cose fondamentali:

- **Vision**;
- **Mission**;

Tutto ciò fornirà la giusta chiarezza e così potrai rispondere a qualsiasi domanda sul perché del tuo piano di marketing. Il modo in cui mostrerai ai tuoi spettatori tutto questo che avevi in mente, i contenuti di *Vision* e *Mission*, ricorderà ai tuoi spettatori come la tua azienda è arrivata al punto in cui si trova.

Questo approccio può aiutare a dare maggiori informazioni sul "*dove sei*" attualmente e "*dove stai cercando di arrivare*" nel futuro.

Uno dei primi passi con qualsiasi piano di marketing è fare ricerca, studiare il mercato, studiare la concorrenza, **capire cosa stanno facendo gli altri che funziona**.

Come creare un piano di marketing? Ricerca i *punti di forza* e i *punti di debolezza*.

Analisi SWOT

Cosa stanno facendo gli altri che funziona? Cosa non funziona? Le risposte a queste domande

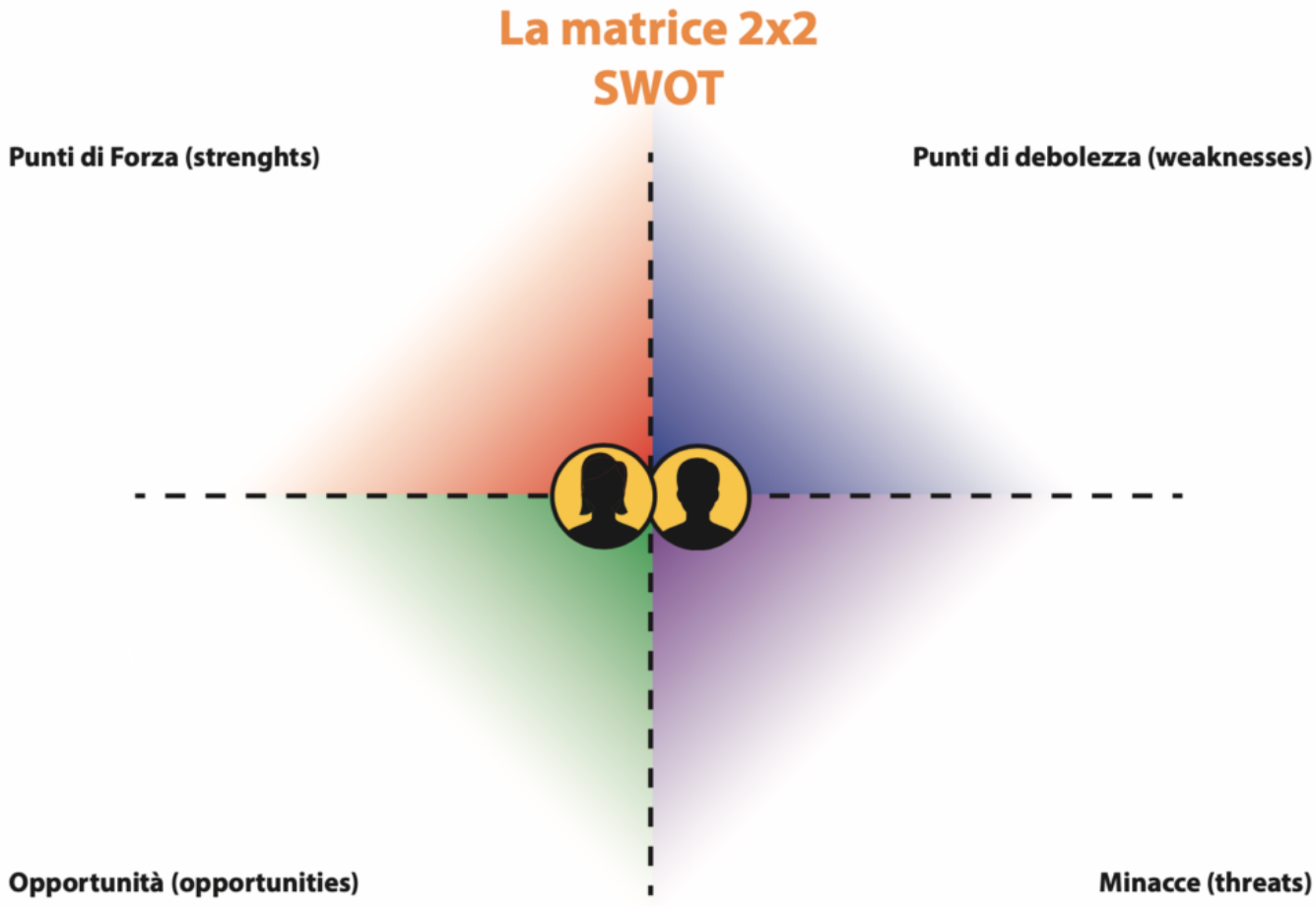
Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

devono essere profondamente analizzate.

Questo step si chiama Analisi **SWOT**, uno strumento usato per valutare:

- I punti di forza – **Strengths**;
- Le debolezze – **Weaknesses**;
- Le opportunità – **Opportunities**;
- Le minacce – **Threats**.

In aiuto puoi utilizzare una matrice 2×2 in cui vengono elencati i fattori interni ed esterni che hanno un potenziale impatto, positivo o negativo, sull'azienda.



La matrice 2×2 in cui vengono elencati i fattori interni ed esterni.

Bisogna analizzare senza aver paura di comunicare ciò che si pensa veramente, questo è un ottimo modo di condire la presentazione del tuo piano.

Abbiamo vari punti fondamentali da presentare, così da:

- Visualizzare il percorso dell'azienda;

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

- Identificare le opportunità;
- Fissare gli obiettivi.

Puoi sottoporre ad analisi anche i tuoi concorrenti, confrontare la tua azienda con un'altra.

Il modello di presentazione (puoi scaricarlo qui) ovviamente deve essere personalizzato, deve contenere il tuo marchio. Con questo modo di presentare le cose gli spettatori apriranno gli occhi e magari, finalmente, si darà un'occhiata alla concorrenza, un passo fondamentale se vuoi competere nel mercato.

Nell'area riservata per gli iscritti alla newsletter inserisco ogni settimana un documento PDF da scaricare per aiutare le persone a crescere sul Web, se l'argomento è di tuo interesse iscriviti anche tu.

Come creare un piano di marketing? Dopo aver identificato la concorrenza devi identificare il tuo cliente target.

Cliente Target

Un **target** di riferimento è un gruppo di clienti, con dati demografici condivisi, che sono stati identificati come i più probabili acquirenti del prodotto o servizio di un'azienda. Identificare il target di riferimento è importante per qualsiasi azienda nello sviluppo e nell'implementazione di un piano di marketing di successo.

Questo ti permetterà di creare una migliore strategia di marketing, cerca di definire la tua **persona** raccogliendo alcuni dati principali, ad esempio:

- Età;
- Il reddito;
- Interessi;
- Cosa apprezzano;
- …

Un modello come questo è perfetto per rappresentare una determinata persona. Quando conosci la persona, il tuo target, puoi spiegarla meglio al tuo pubblico durante una presentazione o durante una riunione.

? **Osservazione**: Qual è il modo maggiormente usato per candidarsi per un lavoro? Un curriculum ovviamente.

Devi seguire questo modello effettivo che includa le informazioni base, una fotografia dei tratti della personalità, un target che potrai modificare come meglio credi.

Descrivi il tuo pubblico di destinazione e se il tuo pubblico di destinazione è un misto di persone diverse, allora prova a creare un modello magari raggruppando le persone con i dati, ragiona su ciò che dovrebbe soddisfare un gruppo o l'altro.

? **Nota**: A disposizione hai varie tipologie di grafici che puoi usare per rappresentare i gruppi, il

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

migliore in questi casi è il grafico a torta, mentre per capire quale target raggiungere è interessante utilizzare la percentuale, che è più facile da capire. Cercare di spiegare questa sezione senza un aiuto grafico sarebbe un'impresa abbastanza difficile, anzi impossibile.

Come creare un piano di marketing? I tuoi obiettivi sono chiari?

Marketing Goals

Cosa speri di ottenere con il tuo piano di marketing? La cosa più importante da ricordare per questa sezione è essere specifici con numeri reali.

? **Nota**: Se pensi di ottenere più traffico web non devi limitarti a dire che "l'obiettivo è aumentare il traffico web" ma devi dire che "l'obiettivo è aumentare il traffico web del **30%** entro i prossimi **3** mesi".

Vedi hai bisogno di un obiettivo concreto (**Goals**), non di una dichiarazione, per questo crea un modello in cui stabilisci obiettivi **specifici**, tutti **misurabili** e **chiari**, così seguire i progressi verso gli obiettivi non sarà difficile, usa le scadenze come carburante per alimentare la corsa verso l'obiettivo.

Queste fasi del piano di marketing devono essere eseguite correttamente, aiutano gli spettatori a seguire un percorso, possono essere di riferimento se iniziano magari a "uscire di strada", se vengono individuati degli scostamenti.

Come creare un piano di marketing? Ora è il momento di applicare la giusta strategia.

Strategia di Marketing

Ci sono tre dettagli da scrivere e includere, con questo passaggio:

1. Cosa fare;
2. Come farlo;
3. I canali da utilizzare.

Consiglio vivamente di trasformare questa fase in immagine così la tua squadra e il pubblico, potrà comprendere pienamente il tuo processo di pensiero.

? **Esempio** per facilitare la comprensione del processo, segui questo schema:

1. Trasforma la tua strategia in una serie di fasi o passaggi;
2. Chiarisci cosa deve essere fatto in ciascuno passo prima di andare avanti;
3. Indica se vuoi date certe e scadenze;
4. Le date specifiche sono stabilite dalla prima fase del progetto al lancio.

Utilizza questi 4 punti se vuoi assicurarti qualcosa che sia completato entro un certo tempo, sii chiaro non lasciare nulla all'immaginazione.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

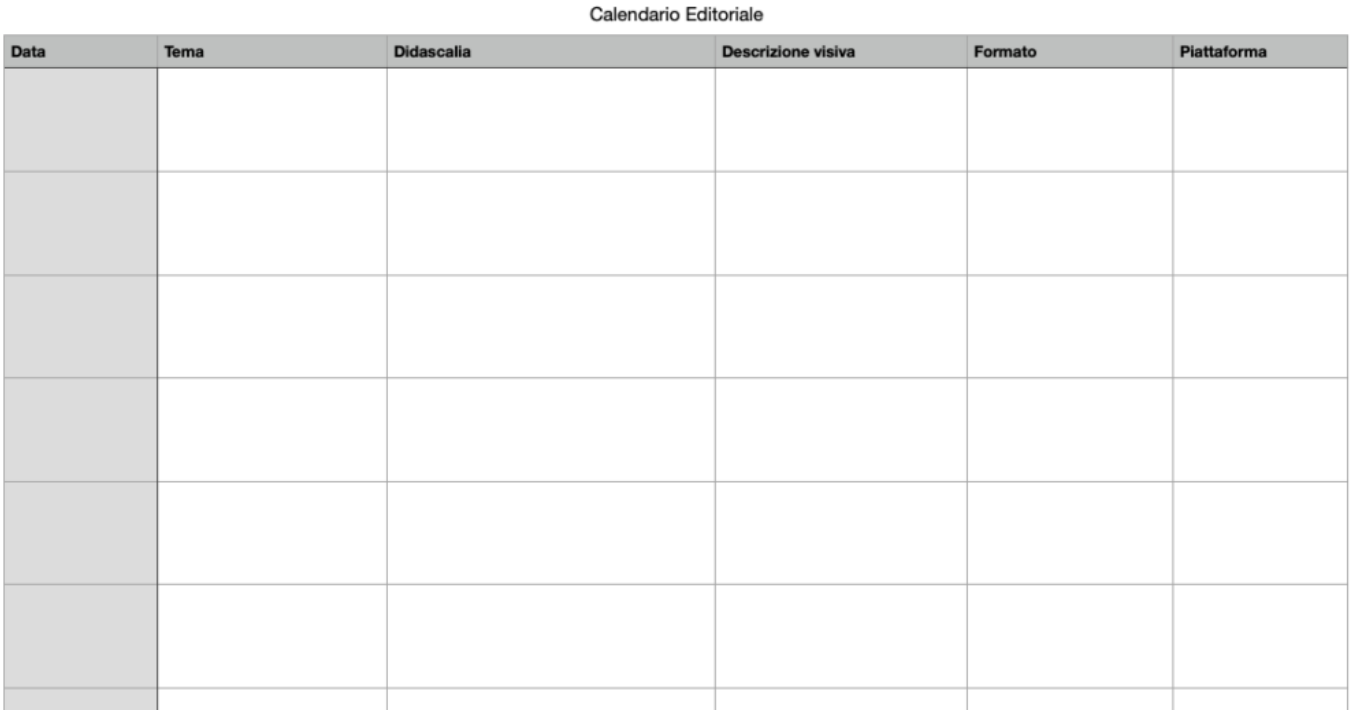
Come creare un piano di marketing? Ultimo dettaglio ma non meno importante: il budget.

Marketing Budget

Qual è il costo per raggiungere il tuo obiettivo? È importante essere chiari con questo step, almeno nel miglior modo possibile. Il marketing può essere costoso e spesso ci sono molte spese nascoste (o inaspettate).

? **Esempio**: il modello più utile di tutti espone chiaramente il costo per la tua campagna di marketing. Cerca di impostare un limite all'inizio così da avere un obiettivo sotto cui stare.

Ti segnalo anche questo modello che ti aiuterà ad organizzare il tuo calendario editoriale:


Calendario Editoriale

Data	Tema	Didascalia	Descrizione visiva	Formato	Piattaforma

Calendario Editoriale, nel gruppo IMAGINERS il file calendario-editoriale.xslx

Utilissimo per raggiungere i tuoi obiettivi per quanto riguarda i **social media**.

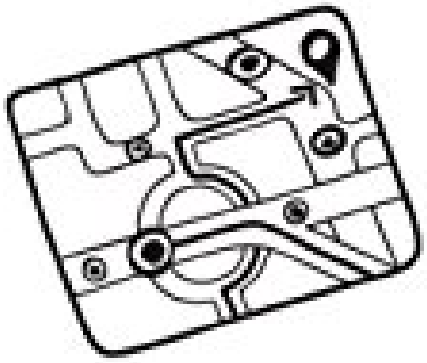
L'implementazione di un **piano di marketing** richiede impegno di tempo e di denaro per cui consiglio sempre di tenere sotto controllo:

- Le previsioni di vendita;
- La definizione del budget;
- Costi di marketing e risultati ottenuti.

Nel gruppo **IMAGINERS** ho suggerito molti libri per migliorare la capacità di fare marketing, ti consiglio anche di leggere questo libro:

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

IUSVE
Istituto Universitario Salesiano Venezia



Francesco Sordi

Evolvi il tuo marketing

Il marketing strategico e scientifico

libreriauniversitaria.it
edizioni

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

Segui questi suggerimenti, travolgi il tuo pubblico, è il momento per te di ottenere più clienti, di crescere.

Condividi questo articolo, commenta qui sotto e fammi sapere cosa ne pensi.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 4 Ottobre 2021

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com