



# Che relazione intercorre tra Marketing e Creatività ?



è un'iniziativa di TTG ITALIA

# Che cos'è un Piano di Marketing?



Rimini Fiera, 22-24 ottobre 2010



# Il piano di marketing in sintesi

**OBIETTIVI, RISORSE,**

**AZIONI, TEMPI** delle politiche  
dell'impresa verso il mercato di sbocco



## Il piano vede coinvolte:

**Ricerca e Sviluppo:** i bisogni del mercato vanno tradotti in prodotti nuovi, migliorati o adattati



**Finanza** : le previsioni di attività o di sviluppo del marketing sono sottoposte ai vincoli di disponibilità delle risorse





è un'iniziativa di TTG ITALIA

**Produzione:** i volumi di vendita dipendono dalle capacità produttive disponibili e dai tempi di applicazione



Rimini Fiera, 22-24 ottobre 2010





è un'iniziativa di TTG ITALIA

**Risorse Umane:** la realizzazione del piano comporta la disponibilità di persone competenti e preparate



Rimini Fiera, 22-24 ottobre 2010





è un'iniziativa di TTG ITALIA

## Contenuti di un piano di marketing

Analisi esterna ed interna

Punti di forza e di debolezza/opportunità e minacce

Obiettivi e strategie

Marketing mix

Budget

Sistema di controllo



Rimini Fiera, 22-24 ottobre 2010





è un'iniziativa di TTG ITALIA

**FINO QUI TUTTO BENE!!**

---

**DA QUI COMINCIANO I DUBBI**



Rimini Fiera, 22-24 ottobre 2010





è un'iniziativa di TTG ITALIA

# Case history: JUMBO HOSTEL

[www.jumbohostel.com](http://www.jumbohostel.com)



Rimini Fiera, 22-24 ottobre 2010



## Ambiente esterno

**Caratteristiche del Macroambiente:** panorama politico-economico, sociale, demografico, legislativo, tecnologico.

**Caratteristiche del Microambiente:** studio del consumatore (analisi dei bisogni, segmentazione di mercato); dei concorrenti (Chi sono? Che strategie adottano?), dei distributori (Quali canali? Quali accordi?) e dei fornitori (Quali? Quanti?)



è un'iniziativa di TTG ITALIA

## Ambiente interno:

Attuale posizionamento e caratteristiche interne  
dell'impresa

(Chi sono? Dove opero? Dove potrei operare?  
Come sono percepito? Quante risorse ho in  
termini finanziari, di marketing, produttive?)



Rimini Fiera, 22-24 ottobre 2010





è un'iniziativa di TTG ITALIA

## Analisi S.W.O.T. :

**S**trengths (punti di forza)

**W**eaknesses (punti di debolezza)

**O**pportunities (opportunità)

**T**reats (minacce)



Rimini Fiera, 22-24 ottobre 2010





è un'iniziativa di TTG ITALIA

## Comportamento dei clienti

-(Chi è? Da chi è influenzato? Come sceglie? Come utilizza il prodotto?)



Rimini Fiera, 22-24 ottobre 2010





FOCUS

## Il segreto del Marketing creativo





è un'iniziativa di TTG ITALIA

## Analisi su:

- portafoglio prodotti
- concorrenti principali
  - (trade marketing)
- forza e qualità della comunicazione
  - politica di prezzo



Rimini Fiera, 22-24 ottobre 2010



## Evoluzione della distribuzione

-(Quota di mercato per canale?  
concentrazione?)



## Ambiente competitivo

-(Struttura del mercato? Quota di mercato dei 3-5 competitor più importanti? Strategie dei competitor?)



## Evolutioni dell'ambiente

-(Economico-sociale, politico,  
tecnologico, internazionale ed ecologico)





è un'iniziativa di TTG ITALIA

# In che modo il Marketing Creativo porta redditività alla struttura Ricettiva



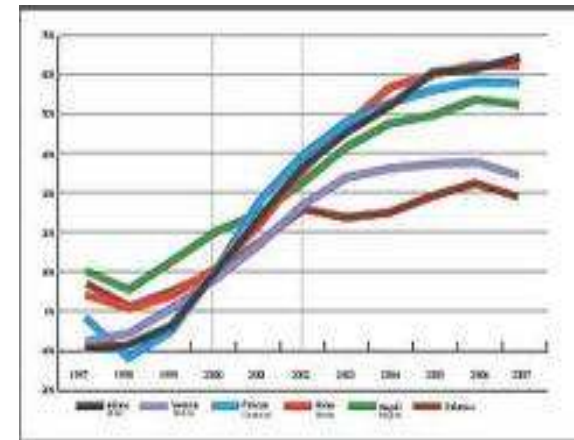
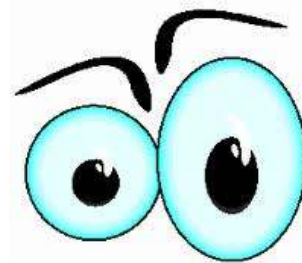
Rimini Fiera, 22-24 ottobre 2010





è un'iniziativa di TTG ITALIA

## “Strabismo del marketing” – un occhio al cliente ed uno al mercato



Rimini Fiera, 22-24 ottobre 2010



# TTGLAB

è un'iniziativa di TTG ITALIA



## Per approfondimenti

**Gp.Studios**

Via del Cavone 7

47121 Forlì

Tel. +39 0543 84099

Fax. +39 0543 84099

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

[info@gpstudios.it](mailto:info@gpstudios.it)



**TTG**  
INCONTRI

**TTI**  
TRAVEL TRADE ITALIA

Rimini Fiera, 22-24 ottobre 2010

  
**ISCOM E.R.**  
ASSOCIATO PER LO SVILUPPO DEL TURISMO  
E DEL TERRITORIO DELL'EMILIA ROMAGNA

  
**gp.studios**