

Jak napisać plan marketingowy

Autor: John Westwood

Przedmowa

1. Wstęp

Na czym polega sprzedawanie?	
Czym jest marketing?.....	
Czym jest planowanie marketingowe?	
Etapy przygotowania planu marketingowego	
Podsumowanie.....	

2. Analiza sytuacji — audyt marketingowy

Audyt otoczenia rynkowego	
Audyt działalności marketingowej	
Audyt systemu marketingu firmy.....	
Otoczenie rynkowe — badania rynku	
Przykład praktyczny.....	
Wewnętrzne badania rynku	
Czym jest segmentacja rynku?	
Lista kontrolna danych, niezbędnych do przygotowania planu marketingowego	
Jak przedstawić dane	
Analiza sytuacji.....	
Analiza SWOT	
Podsumowanie.....	

3. Cele, strategie i plany operacyjne

Czym jest cel marketingowy?	
Portfel produktów	
Dynamika i względny udział w rynku	

Analiza luk rynkowych.....	
Czym jest strategia marketingowa?	
Strategie cenowe.....	
Plany operacyjne.....	
Podsumowanie.....	

4. Dystrybucja, promocja i budżet

Plan dystrybucji	
Plan promocji i reklamy	
Koszty i budżet	
Szacowanie kosztów w planie marketingowym	
Podsumowanie.....	

5. Pisanie planu

Wprowadzenie	
Streszczenie	
Analiza sytuacji.....	
Cele marketingowe.....	
Strategie marketingowe	
Harmonogram: co? gdzie? jak?	
Promocja sprzedaży	
Budżet oraz bilans zysków i strat	
Procedury kontroli i aktualizacji	
Podsumowanie.....	

6. Prezentacja planu, rozwinięcie i korekta

Prezentacja planu	
Rozwinięcie planu i korekta	
Podsumowanie.....	

Dodatek — plan marketingowy dla rynku krajowego