

IL BUSINESS PLAN

PRINCIPALI CONTENUTI	Obiettivi di un Business Plan. Contenuti di un business plan: Sommario; Descrizione del business: Descrizione generale dell'impresa, Descrizione generale del prodotto/servizio; Piano strategico; Piano di marketing; Piano operativo; Piano organizzativo e delle risorse umane; Piano finanziario; Proiezioni economico-finanziarie.
PRINCIPALI DESTINATARI	Imprenditori, Amministratori delegati di start-up o di PMI, Direzione Amministrazione e Finanza.
DURATA	12 ore

L'ANALISI STRATEGICA DEL SETTORE E DEL MERCATO

PRINCIPALI CONTENUTI	Il concept di prodotto. Il vantaggio competitivo del prodotto. Il mercato target. Analisi di settore lato offerta: analisi e descrizione dei competitor. Ripartizione delle vendite per area geografica. Analisi di settore lato domanda. Le esigenze degli utilizzatori finali. Diagramma di Abel. La competitività del prodotto rispetto ai competitors. L'analisi delle competenze critiche. L'analisi SWOT: punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce. Le 5 forze competitive di Porter.
PRINCIPALI DESTINATARI	Imprenditori, Amministratori delegati di start-up o di PMI
DURATA	12 ore

FONDAMENTI DI MARKETING: ASPETTI STRATEGICI E OPERATIVI DEL B2B

PRINCIPALI CONTENUTI	Market share. Mercato potenziale. Previsioni di mercato. Stima delle dimensioni del mercato. Trend di produzione nel mondo: dati consolidati. Elasticità della domanda. Survey. Fissazione del prezzo. Maturità della tecnologia. Marketing strategy e analisi della propensione all'acquisto: WTP - Willing to Pay. Mercato "target". Leve di marketing. Il Marketing Mix: Prodotto, Prezzo, Promozione, Punto vendita. Marketing operativo.
PRINCIPALI DESTINATARI	Imprenditori, Amministratori delegati di start-up o di PMI
DURATA	8 ore

SVILUPPARE UN PIANO DI MARKETING

PRINCIPALI CONTENUTI	Analisi SWOT: punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce. Leve di marketing. Il Marketing Mix: Prodotto, Prezzo, Promozione, Punto vendita. Marketing & Comunicazione. Obiettivo vendite. Piano delle vendite e tasso di penetrazione. Organizzazione e dimensionamento rete di vendita.
PRINCIPALI DESTINATARI	Imprenditori, Amministratori delegati di start-up o di PMI
DURATA	8 ore