




LaTuaAzienda Srl Srl

PIANO STRATEGICO DI SVILUPPO

Guardiamo al futuro con fiducia!

<p style="text-align: center;">LOGO DI LaTuaAzienda Srl</p>	<p style="text-align: center;">LaTuaAzienda Srl Srl Piano Strategico 2011 - 2012</p>	
--	---	---

1 SOMMARIO E CONCLUSIONI

2 SCOPO

3 ANALISI DI MERCATO

3.1 Il mercato di riferimento

3.1.1 *Il contesto generale*

3.1.2 *Il mercato del progetto LaTuaAzienda Srl*

3.1.3 *Il contesto competitivo*

3.1.4 *Le altre forze competitive (tecnologiche, Forze economiche, politiche, Legiferanti e Normative, socio-culturali)*

3.1.5 *Geografia del mercato*

3.1.6 *I bisogni dei clienti*

3.1.7 *Interesse del mercato*

3.1.8 *Attrattività del mercato*

3.1.9 *Promozione*

3.1.10 *Canali di distribuzione*

3.1.11 *Aspetti critici.*

3.1.12 *Prezzi unitari*

3.2 Analisi dei clienti

3.2.1 *La clientela di riferimento*

3.2.2 *Segmentazione*

3.2.3 *I fattori critici di successo*

3.2.4 *I decisori dell'acquisto*

3.3 Analisi della concorrenza

3.3.1 *I concorrenti*

3.3.2 *Analisi competitiva*

3.3.3 *Intensità della concorrenza*

3.3.4 *Barriera all'ingresso*

3.3.5 *Evoluzioni prevedibili del mercato*

4 IL POSIZIONAMENTO DI LATUAAZIENDA SRL

4.1 Storia e missione di LaTuaAzienda Srl

4.2 La value-proposition di LaTuaAzienda Srl

4.2.1 *Caratteristiche generali*

4.2.2 *Pricing*

4.2.3 *Distribuzione*

4.2.4 *Promozione*

4.2.5 *Servizi offerti*

4.3 Analisi competitiva

4.4 I mercati target per line of business

5 LO STATO ATTUALE DI LATUAAZIENDA SRL

5.1 Le risorse umane

5.1.1 *I collaboratori*

5.1.2 *Il personale di vendita*


5.1.3 *Incentivazioni al personale*

5.1.4 *Formazione*

5.2 Il fatturato

5.2.1 *Fatturato annuale*

5.2.2 *Fatturato mensile*

LOGO DI LaTuaAzienda Srl	LaTuaAzienda Srl Srl Piano Strategico 2011 - 2012	
-------------------------------------	--	---

5.2.3 *Fatturato per Linea di business*

5.2.4 *Fatturato per aree geografiche*

5.3 I clienti

5.3.1 *Clienti principali*

5.3.2 *ABC clienti*

5.3.3 *Dinamica dei clienti nel tempo*

5.3.4 *Riacquisti*

5.3.5 *Pagamenti e credito alla vendita*

5.4 Post vendita

5.5 I processi aziendali

5.5.1 *Funzioni interne*

5.5.2 *Funzioni esternalizzate*

5.5.3 *Protezione del business*

5.6 Le strutture aziendali

5.6.1 *Assets*

5.6.2 *Protezione degli assets*

5.7 Analisi di bilanci

5.7.1 *Conto Economico (Allegato 3)*

5.7.2 *Stato Patrimoniale (Allegato 4)*

5.7.3 *Indici di bilancio (Allegato 5)*

6 LA VISIONE DI LATUAAZIENDA SRL

7 ANALISI SWOT

7.1 La SWOT analysis come strumento di pianificazione

7.1.1 *I principi*

7.1.2 *L'applicazione al caso LaTuaAzienda Srl*

7.2 Punti di forza e di debolezza del marketing

7.3 Punti di forza e di debolezza dei prodotti

7.4 Punti di forza e di debolezza dei processi e delle risorse umane

7.5 Punti di forza e di debolezza dell'area economica e finanziaria

7.6 Riepilogo dei punti di forza e di debolezza

7.7 Opportunità

7.8 Minacce

7.9 Riepilogo delle opportunità e minacce

7.10 Utilizzo pratico della SWOT analysis

8 LA STRATEGIA DI LATUAAZIENDA SRL

8.1 Le opzioni strategiche disponibili per LaTuaAzienda Srl


8.2 Gli obiettivi strategici per LaTuaAzienda Srl

8.3 La strategia di marketing

8.4 Le attività del piano strategico

8.5 Gli obiettivi intermedi di crescita

9 LA STRATEGIA DI MARKETING

LOGO DI LaTuaAzienda Srl	LaTuaAzienda Srl Srl Piano Strategico 2011 - 2012	
-------------------------------------	--	---

9.1 Marketing mix

9.1.1 Prodotto

9.1.2 Prezzo

9.1.3 Promozione

9.1.4 Canale di vendita

9.2 Costi di marketing e di vendita

9.3 Volumi Previsti

10 ESECUZIONE DEL PIANO

10.1 Pianificazione operativa

10.2 Pianificazione temporale

10.3 Risorse necessarie

10.4 Monitoraggio del piano

**Chiamateci pure per discutere di
un'analisi di mercato
un piano strategico,
uno studio di fattibilità.**