



*LaTuaAzienda Srl Srl*

# **PIANO STRATEGICO DI SVILUPPO**

*Guardiamo al futuro con fiducia!*

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

<b>LOGO DI LaTuaAzienda Srl</b>	<b>LaTuaAzienda Srl Srl Piano Strategico 2011 - 2012</b>	
-------------------------------------	--	---

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**

<b>LOGO DI LaTuaAzienda Srl</b>	<b>LaTuaAzienda Srl Srl Piano Strategico 2011 - 2012</b>	
-------------------------------------	--	---

**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.**