

Spis treści

Od autorów	11
Wstęp	15
Część I	
Od czego zacząć opracowywanie planu marketingowego	23
1. Dlaczego warto planować działania marketingowe	25
Do czego są nam potrzebne plany marketingowe	25
Dlaczego klasyczne podręczniki planowania nie zawsze są użyteczne	29
Ewolucja planowania – od maszyny do pisania do metod symulacyjnych	32
Powiązanie planu marketingowego z innymi planami firmy	37
Jak korzystać z tej książki	40
2. Jak opracować audyt marketingowy	42
Do czego jest nam przydatna ocena sytuacji rynkowej firmy	42
Jakie narzędzia wykorzystać w audycie marketingowym	45
Jak w praktyce przeprowadzić audyt marketingowy	50
Jakich błędów szczególnie trzeba się wystrzegać, oceniając sytuację rynkową	58
Jak wygląda audyt marketingowy opracowany w Excelu	60

Część II

Analizy niezbędne do opracowania planu marketingowego..... 73

3. Jak przygotować analizę strategiczną firmy	75
Do czego jest nam przydatna analiza strategiczna	75
Jakie narzędzia wykorzystać w analizie strategicznej	77
Jak w praktyce przygotować analizę strategiczną firmy	84
Jakich błędów szczególnie trzeba się wystrzegać w analizie strategicznej	94
Jak wygląda analiza strategiczna opracowana w Excelu	96
4. Jak przeprowadzić analizę rynku.....	104
Do czego jest nam przydatna analiza rynku	104
Jakie narzędzia wykorzystać, opracowując analizę rynku	108
Jak w praktyce przeprowadzić analizę rynku	112
Jakich błędów szczególnie trzeba się wystrzegać podczas przeprowadzania analizy rynku	119
Jak wygląda analiza rynku opracowana w Excelu	122

Część III

Przygotowanie planu strategicznego i taktyczno-operacyjnego 133

5. Jak opracować strategię marketingową i wyznaczyć cele strategiczne..	135
Dlaczego cele strategiczne i strategia marketingowa są tak istotne	135
Jakie narzędzia wykorzystać do określania celów i strategii	137
Jak w praktyce wyznaczyć cele i opracować strategię marketingowe..	142
Jakich błędów szczególnie trzeba się wystrzegać podczas wyznaczania celów i opracowywania strategii marketingowych ...	153
Jak wygląda strategia rozwoju opracowana w Excelu	154
6. Jak przygotować segmentację, pozycjonowanie i strategię konkurencji..	163
Do czego jest nam przydatna segmentacja, wybór rynku docelowego i pozycjonowanie (strategia STP).....	163
Jakie narzędzia wykorzystać, opracowując strategię STP	166
Jak w praktyce przygotować strategię STP	171
Jakich błędów szczególnie trzeba się wystrzegać, przygotowując strategię STP	181

Jak wygląda strategia segmentacji i pozycjonowania opracowana w Excelu	183
7. Jak przygotować plan marketingu mix	196
Do czego jest nam przydatny plan marketingu mix	196
Jakie narzędzia wykorzystać, opracowując plan marketingu mix	199
Jak w praktyce przygotować plan marketingu mix	204
Jakich błędów szczególnie trzeba się wystrzegać, zestawiając elementy marketingu mix	215
Jak wygląda marketing mix opracowany w Excelu	217

Część IV

Przygotowanie do wdrożenia planu marketingowego

oraz powiązanie go z innymi działaniami firmy	229
--	------------

8. Jak przygotować wdrożenie i kontrolę planu	231
Dlaczego bez wdrożenia i kontroli plan nie będzie skuteczny	231
Jakie narzędzia wykorzystać, przygotowując wdrażanie i kontrolę	235
Jak w praktyce przygotować plan wdrożeniowy	239
Jakich błędów szczególnie trzeba się wystrzegać, opracowując plan wdrożenia i kontroli	245
Jak wygląda plan wdrożenia i kontroli opracowany w Excelu	248
9. Jak przygotować streszczenie menedżerskie planu marketingowego ..	261
Dlaczego streszczenie menedżerskie jest ważne dla naszego sukcesu	261
Jakie narzędzia wykorzystać, przygotowując streszczenie menedżerskie	263
Jak w praktyce przygotować streszczenie menedżerskie	267
Jakich błędów szczególnie trzeba się wystrzegać, przygotowując streszczenie menedżerskie	273
Jak wygląda streszczenie menedżerskie opracowane w Excelu	275
10. Jak powiązać plan marketingowy z innymi planami w firmie	280
Z jakich planów działalności firmy przeważnie korzystamy	280
Co zrobić, żeby plan finansowy i plan marketingowy były ze sobą zgodne	282
Plan marketingowy a plan produkcji i logistyki	287

Jak zapewnić powiązanie planu marketingowego z planem zasobów ludzkich	289
Przyszłość planowania marketingowego w firmach w XXI wieku	291
Wybrane źródła informacji przydatne do opracowania planu marketingowego.....	295
Publikacje w języku polskim	295
Publikacje w języku angielskim.....	295
Wybrane strony internetowe	296
Załącznik	
Kwestionariusz pomocniczy do przeprowadzenia analizy SWOT	297