

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	43
Do czego jest nam przydatna ocena sytuacji rynkowej firmy	43
Jakie narzędzia wykorzystać w audycie marketingowym	46
Jak w praktyce przeprowadzić audyt marketingowy.....	51
Jakich błędów szczególnie trzeba się wystrzegać, oceniając sytuację rynkową.....	60
Jak wygląda audyt marketingowy opracowany w Excelu	62

Część II

Analizy niezbędne do opracowania planu marketingowego 75

3. Jak przygotować analizę strategiczną firmy 77
 - Do czego jest przydatna analiza strategiczna 77
 - Jakie narzędzia wykorzystać w analizie strategicznej 79
 - Jak w praktyce przygotować analizę strategiczną firmy 86
 - Jakich błędów szczególnie trzeba się wystrzegać
w analizie strategicznej 97
 - Jak wygląda analiza strategiczna opracowana w Excelu 99
4. Jak przeprowadzić analizę rynku 107
 - Do czego jest przydatna analiza rynku 107
 - Jakie narzędzia wykorzystać, opracowując analizę rynku 111
 - Jak w praktyce przeprowadzić analizę rynku 115
 - Jakich błędów szczególnie trzeba się wystrzegać
podczas przeprowadzania analizy rynku 123
 - Jak wygląda analiza rynku opracowana w Excelu 125

Część III

Przygotowanie planu strategicznego i taktyczno-operacyjnego 135

5. Jak opracować strategię marketingową i wyznaczyć
cele strategiczne 137
 - Dlaczego cele strategiczne i strategia marketingowa są tak istotne .. 137
 - Jakie narzędzia wykorzystać do określania celów i strategii 139
 - Jak w praktyce wyznaczyć cele i opracować strategię marketingowe 144
 - Jakich błędów szczególnie trzeba się wystrzegać podczas
wyznaczania celów i opracowywania strategii marketingowych... 155
 - Jak wygląda strategia rozwoju opracowana w Excelu 156
6. Jak przygotować segmentację, pozycjonowanie i strategię
konkurencji 165
 - Do czego jest przydatna segmentacja, wybór rynku docelowego
i pozycjonowanie (strategia STP) 165
 - Jakie narzędzia wykorzystać, opracowując strategię STP 168

Jak w praktyce przygotować strategię STP.....	173
Jakich błędów szczególnie trzeba się wystrzegać, przygotowując strategię STP.....	183
Jak wygląda strategia segmentacji i pozycjonowania opracowana w Excelu	185
7. Jak przygotować plan marketingu mix	198
Do czego jest przydatny plan marketingu mix	198
Jakie narzędzia wykorzystać, opracowując plan marketingu mix.....	201
Jak w praktyce przygotować plan marketingu mix.....	206
Jakich błędów szczególnie trzeba się wystrzegać, zestawiając elementy marketingu mix	217
Jak wygląda marketing mix opracowany w Excelu	219
 Część IV	
Przygotowanie do wdrożenia planu marketingowego	
oraz powiązanie go z innymi działaniami firmy	231
8. Jak przygotować wdrożenie i kontrolę planu.....	233
Dlaczego bez wdrożenia i kontroli plan nie będzie skuteczny	233
Jakie narzędzia wykorzystać, przygotowując wdrażanie i kontrolę...	237
Jak w praktyce przygotować plan wdrożeniowy.....	241
Jakich błędów szczególnie trzeba się wystrzegać, opracowując plan wdrożenia i kontroli	247
Jak wygląda plan wdrożenia i kontroli opracowany w Excelu.....	250
9. Jak przygotować streszczenie menedżerskie planu marketingowego	264
Dlaczego streszczenie menedżerskie jest ważne dla naszego sukcesu	264
Jakie narzędzia wykorzystać, przygotowując streszczenie menedżerskie	266
Jak w praktyce przygotować streszczenie menedżerskie.....	270
Jakich błędów szczególnie trzeba się wystrzegać, przygotowując streszczenie menedżerskie	277
Jak wygląda streszczenie menedżerskie opracowane w Excelu	279

10. Jak powiązać plan marketingowy z innymi planami w firmie.....	284
Z jakich planów działalności firmy przeważnie korzystamy	284
Co zrobić, żeby plan finansowy i plan marketingowy były ze sobą zgodne	286
Plan marketingowy a plan produkcji i logistyki.....	291
Jak zapewnić powiązanie planu marketingowego z planem zasobów ludzkich	293
Przyszłość planowania marketingowego w firmach w XXI wieku	295
Wybrane źródła informacji przydatne do opracowania planu marketingowego.....	299
Publikacje w języku polskim	299
Publikacje w języku angielskim.....	299
Wybrane strony internetowe	300
Załącznik	
Kwestionariusz pomocniczy do przeprowadzenia analizy SWOT	301