

F O C U S

Il progetto di marketing Operativo

DI IMPRESE COOPERATIVE
AGROALIMENTARI



ANALISI DEI CONCETTI E DEI PROCESSI NEL SETTORE AGROALIMENTARE





F O C U S

Il progetto di marketing Operativo

DI IMPRESE COOPERATIVE
AGROALIMENTARI

ANALISI DEI CONCETTI E DEI PROCESSI NEL SETTORE AGROALIMENTARE

INTRODUZIONE	PAG. 3
L'EVOLUZIONE NEGLI ULTIMI DECENNI DEL CONCETTO DI MARKETING	PAG. 5
LA CENTRALITÀ NEL PROCESSO DI MARKETING DEL CONCETTO DI VALORE DEL CLIENTE	PAG. 8
LA RELAZIONE TRA PIANO DI MARKETING STRATEGICO E PROGETTO DI MARKETING OPERATIVO	PAG. 9
LE LEVE DI MARKETING (MARKETING MIX) DI UNA PMI E DI UNA PMI AGROALIMENTARE COOPERATIVA	PAG. 11
PRIMA DI REDIGERE IL PROGETTO DI MARKETING OPERATIVO	PAG. 13
LE FONTI DI INFORMAZIONE DI UN PROGETTO DI MARKETING OPERATIVO	PAG. 14
TRACCIA PER LA ELABORAZIONE DI UN PROGETTO DI MARKETING OPERATIVO DI UNA PMI COOPERATIVA AGROALIMENTARE	PAG. 14