



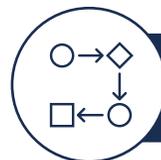
MARKETING STRATEGICO

Business Universe definisce la migliore strategia di marketing per penetrare il mercato in modo duraturo e sostenibile

Presentazione servizio



MARKETING STRATEGICO



Metodologia

Business Universe guida le aziende nella definizione, implementazione e monitoraggio di una completa strategia di marketing, sulla base delle necessità specifiche.



L'approccio metodologico distingue le attività definite nel piano strategico in 2 differenti aree: Marketing **Esterno** ed **Interno**.



Obiettivi raggiunti

Realizzata la **strategia di marketing** per diverse realtà, operanti nei seguenti settori:

- *Aerospace & defense*
- *Agroalimentare*
- *Digital art*



CASO DI SUCCESSO

Business Universe ha supportato un'azienda operante nel settore dell'A&D nella definizione delle **linee strategiche per l'implementazione del reparto marketing**



Marketing strategico – PMI nel settore dell’A&D

PROFILO AZIENDALE

- **Descrizione.** Azienda specializzata nella produzione di sistemi di comunicazione e hardware per il settore dell’aerospazio e difesa.
- **Struttura.** Fatturato di 10mln € con 40 dipendenti.
- **Durata progetto.** 1 mese



ESIGENZA

Al fine di supportare lo sviluppo internazionale e la crescita strutturale dell’azienda, il cliente ha richiesto un’analisi di settore e la definizione di un **piano marketing** (interno ed esterno) per **costruire il proprio reparto** dedicato a tale funzione.



SOLUZIONE

- ✓ **Realizzazione dell’analisi di mercato e della concorrenza**, per l’inquadramento delle necessità specifiche di business e l’individuazione di dati ed insights a supporto della proposta strategica.
- ✓ **Pianificazione delle metodologie e degli strumenti strategici**, al fine di evidenziare la value proposition dell’azienda, mirata ad aumentare l’employee engagement e la brand awareness.
- ✓ **Definizione dei Key Performance Indicators, dei tool e delle capabilities aziendali**, per la misurazione dei risultati aziendali e per l’analisi delle competenze specifiche delle risorse da inserire nel nuovo reparto.
- ✓ **Individuazione dell’impatto Costi/Ricavi del progetto**, nell’ottica di pianificare il budgeting focalizzato per le attività individuate nel piano.



Marketing strategico – PMI nel settore dell’A&D

Definizione obiettivi e analisi di mercato e della concorrenza

Obiettivi del piano

Analisi di mercato e della concorrenza

Pianificazione delle metodologie e degli strumenti strategici



Definizione dei Key Performance Indicators, dei tool e delle capabilities aziendali

KPI

- Follower count
- Impressions
- Return on Marketing Investment (ROMI)
- Return on Advertising Spent (ROAS)
- Click-Through-Rate (CTR)
- Cost per lead
- Lead conversion rate (per canali marketing)
- Social media ROI
- Employee Satisfaction Survey
- Performance SEO e SEM

TOOL

SKILL

Individuazione dell’impatto Costi/Ricavi del progetto e pianificazione spese

Budgeting

GANTT