



Promuovere e Valorizzare Pistoia
“Terra delle piante”



f a r e m a r k e t i n g

MAKE Italia è una Marketing Company nata per aiutare imprese, organizzazioni ed enti, di ogni settore e dimensione, a confrontarsi con la sfida di vendere più prodotti e servizi a più clienti, più spesso, con maggior profitto

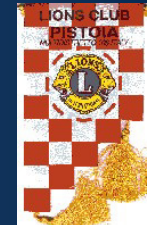
e s s e r e m a n a g e r

MAKE Italia è una Marketing Company che fornisce soluzioni realizzabili e compatibili con la realtà, la struttura e le risorse dei clienti



Clienti "territoriali"

- **marketing territoriale**
- **marketing turistico**
- **analisi e progettazione servizi**
- **comunicazione interna – esterna**
- **formazione**



MARKETING

**per il rafforzamento
del tessuto
economico esistente**

MARKETING

**per lo sviluppo di
nuova
imprenditorialità**

**Il marketing del territorio è una
funzione che contribuisce allo
sviluppo equilibrato dell'area**

MARKETING

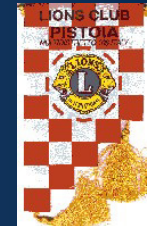
**per la diffusione di
competenze ed
innovazione**

MARKETING

**per l'attrazione di
utenti potenziali**



fare marketing territoriale



IDEARE

INTERPRETARE

ATTUARE

Le caratteristiche del territorio in chiave di offerta

SODDISFARE

segmenti di domanda attuale e potenziale



**CREAZIONE DI
VALORE**



il Service: finalità

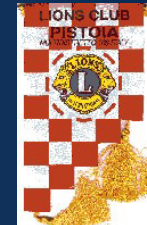


**favorire la generazione di attività di supporto
alla creazione di un indotto in termini di flussi
di visitatori e di flussi economici**

**mettere a disposizione della
comunità uno strumento
strategico ed operativo di
valorizzazione e promozione del
territorio**

**favorire la creazione e lo sviluppo
di Notorietà della città di Pistoia e
del suo territorio**

**favorire la valorizzazione del
territorio attraverso la promozione
dei suoi punti di forza**



**AUMENTARE LA COMPETITIVITA' E LO
SVILUPPO DEL TERRITORIO**

la TIPICITA' come punto di forza

Identità

Attrazione

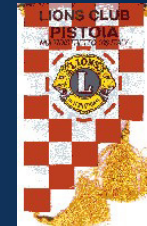
Competitività

PROMUOVERE

PISTOIA

VALORIZZARE

PISTOIA

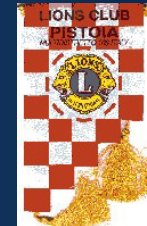


Promuovere e Valorizzare Pistoia "Terra delle piante"





il Service: perché un “Piano”

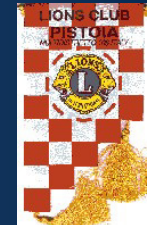


**un piano di marketing
territoriale innalza la
competitività
consente di progettare ed
attuare iniziative che creano
valore
permette di realizzare
vantaggi competitivi duraturi
e difendibili nel tempo**

EFFICIENZA

FINANZIAMENTI

ALLEANZE



Prima fase progettuale: STRATEGIA E DECISIONE

**LANCIO ED
ORGANIZZAZIONE
DEL PIANO**

"MISSIONE ED OBIETTIVI"
Piano strategico a medio
termine

"SISTEMA PROMOZIONALE"
Schede operative progetti

Seconda fase progettuale: REALIZZAZIONE

**Piano operativo a
breve termine**

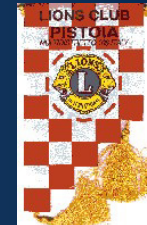
**Piano operativo a
breve termine**

**Piano operativo a
breve termine**

Esecuzione delle azioni promozionali



il Progetto: compiti e contenuti



“MISSIONE ED OBIETTIVI”

**Posizionamento strategico per
la valorizzazione del territorio**

 **come dovremmo diventare**

 **Il vantaggio competitivo**

 **modalità di valorizzazione nel tempo**

 **che cosa**

 **come**

 **quando**

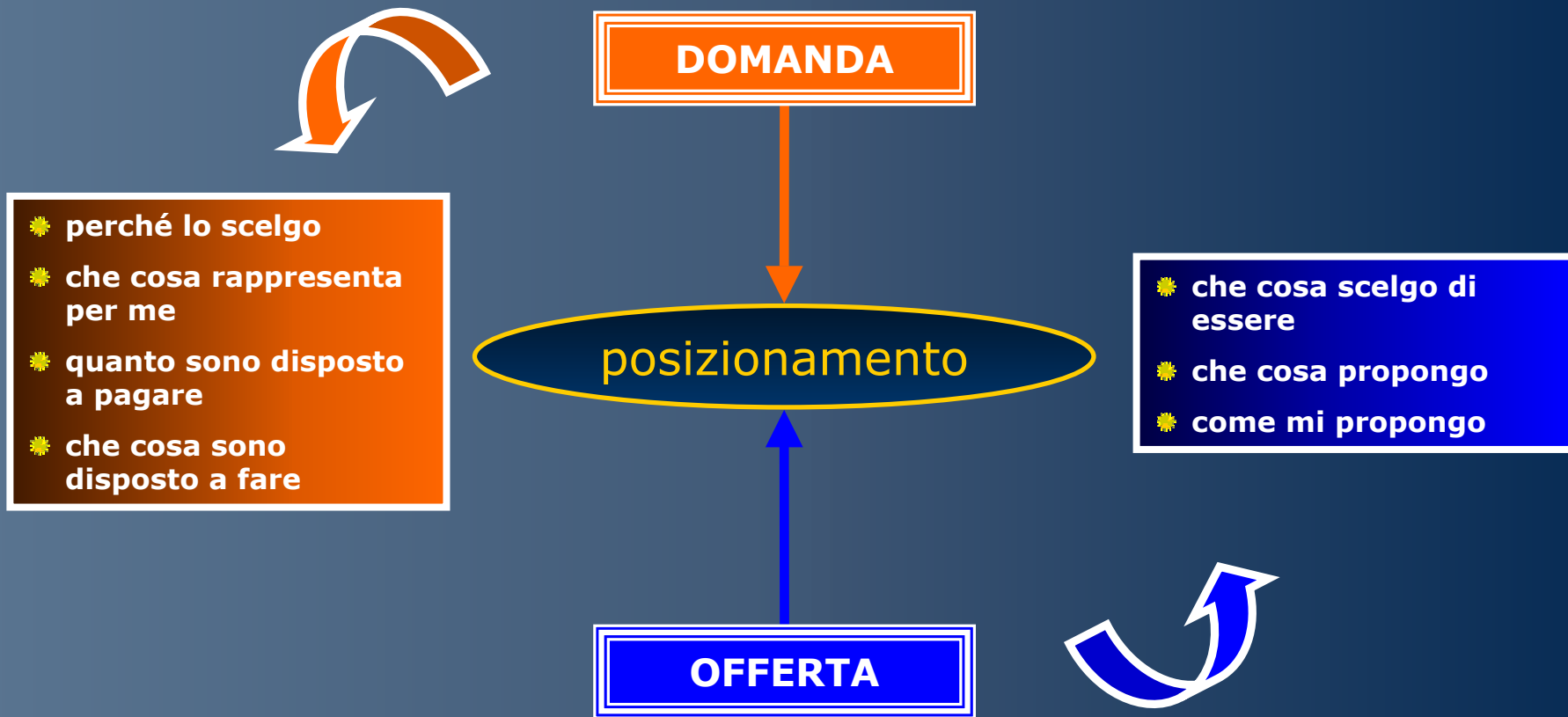
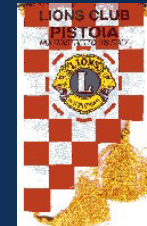
 **con chi**

**Progetti operativi di attività
promozionali e di sviluppo**

“SISTEMA PROMOZIONALE”

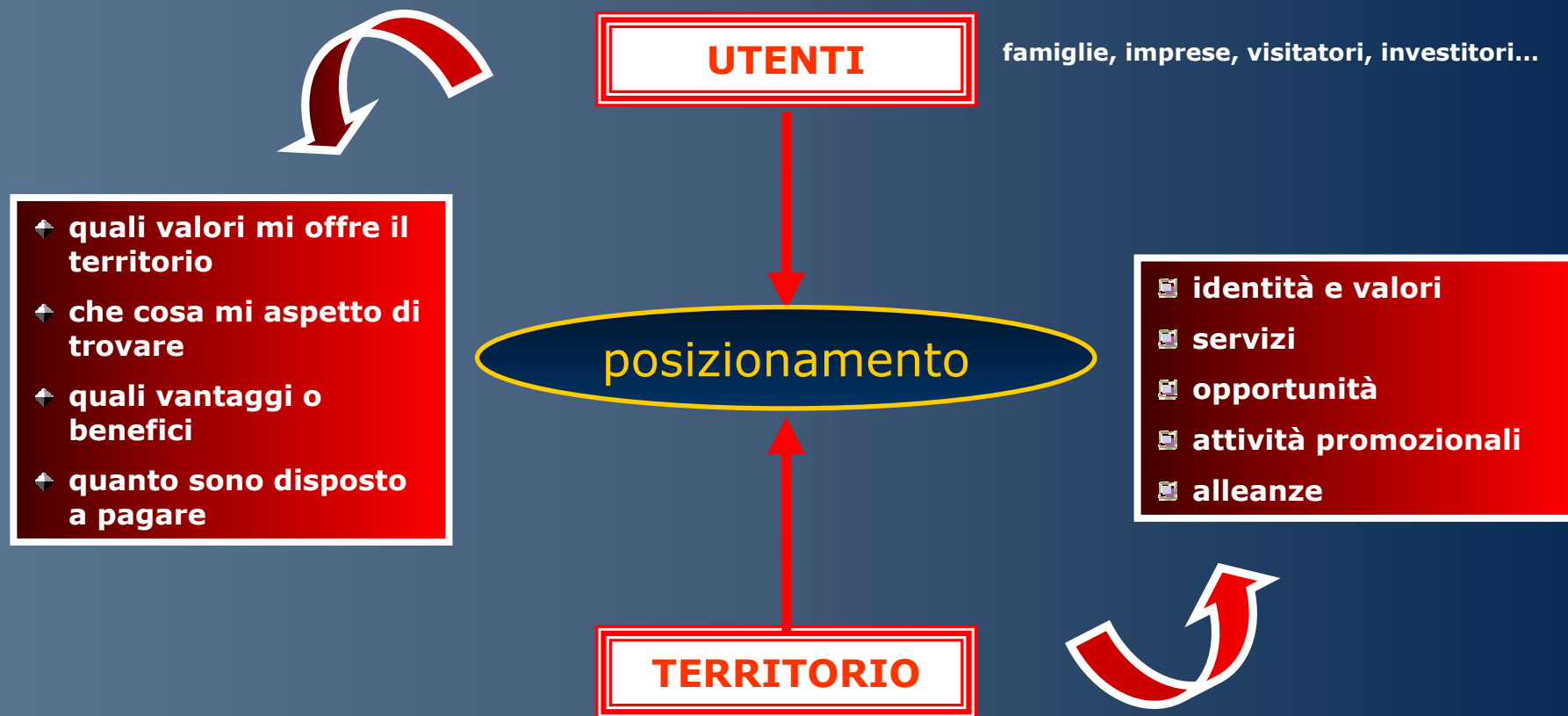
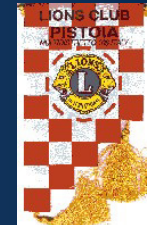


il Progetto: fatti strategici





il Progetto: fatti strategici





il Progetto: fatti strategici



VOCAZIONE

CAPACITA'

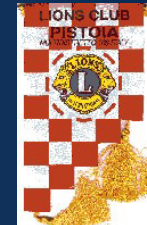
elementi di
posizionamento
del territorio

AMBIENTE

COERENZA



il Progetto: attività



caratteristiche del settore e del territorio

utenti potenziali: quanti sono, dove sono, come sono

fattori critici di successo

che cosa abbiamo e che cosa ci manca



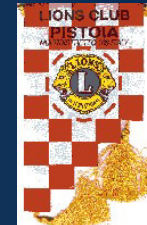
Analisi dati interni

**Diagnostica
aziende settore**

Analisi dati esterni



il Progetto: attività



Piano di posizionamento e sviluppo

Posizionamento competitivo
verso gli utenti potenziali

Obiettivi
realistici e raggiungibili

Strategie e modalità
per lo sviluppo

che cosa fare

come generare risorse

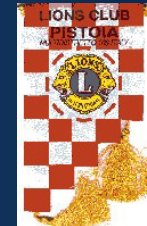
quali alleanze

tempi dello sviluppo





il Progetto: il marketing mix territoriale



Area degli interventi sulle componenti tangibili e intangibili del territorio

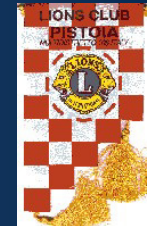
Area organizzativa interna

Area organizzativa esterna

Marketing Mix territoriale

Area della Promozione

Area della Comunicazione



PROGETTO PROMOZIONALE



piani operativi "flessibili"

**realizzazione schede progettuali per
ogni area promozionale prioritaria**

obiettivi

strategie

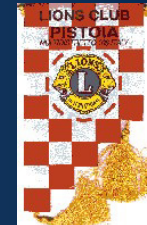
piano d'azione

- attività
- destinatari
- canali
- tempi

**budget di
investimento**



il Progetto: risultati



**STRATEGIE DI VALORIZZAZIONE
E SVILUPPO DEL TERRITORIO**

**LINEE SVILUPPO
PROGETTUALE**

**Promuovere e
Valorizzare Pistoia
"Terra delle piante"**

SCHEDA PROGETTO

SCHEDA PROGETTO

SCHEDA PROGETTO

**AREE
PROMOZIONALI**

ATTIVITA' DIRETTE