Edmundo Brandão Dantas

Manual prático para elaboração de planos de marketing

Senac

Resumo de Manual Realmente Prático Para Elaboração de Planos de Marketing

Livros que trazem como tema os planos de marketing existem muitos. Na verdade, são simples: uma declaração de objetivos, com as estratégias e ações a serem implementadas. As ferramentas, também, não variam muito.

Começam com uma análise do ambiente interno e externo e, traçam os detalhes do plano, com foco nas quatro variáveis controladas pelo marketing. O problema crucial, porém, é que o marketing, por sua maleabilidade, não pode se prender a padrões rígidos: escolher um modelo e tentar aplicá-lo em 100% dos casos nem sempre funciona.

Em outras palavras, não há um modelo padronizado de plano de marketing que possa ser aplicado a todas as empresas e organizações. Mas há aspectos que devem ser discutidos e que contemplam qualquer modelo de plano de marketing.

Foi baseado nisso que o autor, Edmundo Brandão Dantas, concebeu este manual: oferecer um conteúdo mínimo (mas suficiente) para que as discussões sobre o marketing possam ser estimuladas entre as áreas responsáveis.

Este é o terceiro livro de Edmundo publicado pela Editora Senac-DF. Seu livro ¿Atendimento ao público nas organizações¿, lançado pioneiramente em 2004, é um dos mais vendidos em todo o país, o que atesta, de certo modo, a utilidade do conteúdo oferecido pelo autor aos seus leitores.

Esta, aliás, é uma de suas preocupações constantes. Não adianta escrever livros que ninguém entenda. O livro deve ser simples, escrito em uma linguagem acessível e, principalmente, que traga um forte conteúdo prático.

É com satisfação, portanto, que apresentamos aos nossos leitores essa nova obra de Edmundo Brandão Dantas. Esperamos que o

¿Manual¿ seja de utilidade para todas as empresas que se preocupam com seus clientes, independentemente de seu porte.

Acesse aqui a versão completa deste livro