

Piano di marketing digitale: la fase strategica

di [Fabrizio Gritta](#)

Publicato il 16 Ottobre 2021

Prosegue la disamina delle fasi del piano di marketing digitale. Abbiamo già trattato della fase analitica...ora ci andiamo a soffermare sulla fase strategica e sugli step in cui si articola.

Nell'articolo del 2 ottobre scorso ([Piano di marketing digitale: la fase analitica](#)) avevamo chiarito che nella fase analitica del piano marketing gli organi di governo hanno stabilito la strategia corporate, volta a scegliere i campi o le aree di affari in cui operare secondo una strategia complessiva. Con la **fase strategica** che introdurremo oggi, invece, si affrontano le **modalità** attraverso le quali **l'impresa intende affermarsi in un dato mercato**.

Fase strategica: il punto di forza del marketing digitale

Nella definizione della fase strategica è fondamentale considerare che il punto di forza del marketing digitale è rappresentato dalla creazione di valore mediante la costruzione di una relazione durevole nel tempo con i clienti.

In base a ciò si deve tener presente che il marketing digitale deve essere considerato come una piattaforma relazionale, ove per raggiungere i risultati attesi, non



**Abbonati per poter continuare
a leggere questo articolo**

Progettato e realizzato da professionisti, per i professionisti, ogni piano di abbonamento comprende:

- contenuti autorevoli, puntuali, chiari per aiutarti nel tuo lavoro di tutti i giorni
- videoconferenza, per aggiornarti e ottenere crediti formativi
- una serie di prodotti gratuiti, sconti e offerte riservate agli abbonati
- due newsletter giornaliere

A partire da 15€ al mese

Scegli il tuo abbonamento