****

**MODELLO DI PIANO DI MARKETING AZIENDALE**

PIANO MARKETING

RAGIONE SOCIALE

Indirizzo

Città, Stato e CAP

webaddress.com

Versione 0.0.0

00/00/0000

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PREPARATO DA | TITOLO | DATTERO |
|  |  |  |
| E-MAIL | TELEFONO |
|  |  |
| APPROVATO DA | TITOLO | DATTERO |
|  |  |  |

sommario

[1.RIEPILOGO AZIENDALE3](#_Toc22552680)

[1.1LA NOSTRA AZIENDA3](#_Toc22552681)

[1.2DICHIARAZIONE DI MISSIONE3](#_Toc22552682)

[1.3COMUNIONE DI VISIONE3](#_Toc22552683)

[2.LA SFIDA3](#_Toc22552684)

[2.1PROBLEM3](#_Toc22552685)

[2.2OPPORTUNITÀ3](#_Toc22552686)

[3.ANALISI SITUAZIONALE3](#_Toc22552687)

[ANALISI 3.15C3](#_Toc22552688)

[3.1.1AZIENDA3](#_Toc22552689)

[3.1.2COLLABORATORI3](#_Toc22552690)

[3.1.3PERSONOLOGI3](#_Toc22552691)

[3.1.4CONCORRENTI3](#_Toc22552692)

[3.1.5CLIMA3](#_Toc22552693)

[3.2ANALISI DEL TESSUTO3](#_Toc22552694)

[4.FUNZIONALITÀ DI BASE3](#_Toc22552695)

[4.1CAPACITÀ UNO3](#_Toc22552696)

[4.2CAPACITÀ TWO3](#_Toc22552697)

[4.3CAPACITÀ TRE3](#_Toc22552698)

[5.CAPACITÀ DI MARKETING3](#_Toc22552699)

[5.1CAPACITÀ UNO3](#_Toc22552700)

[5.2CAPACITÀ TWO3](#_Toc22552701)

[5.3CAPACITÀ TRE3](#_Toc22552702)

[6.OBIETTIVI3](#_Toc22552703)

[6.1OBIGLI AZIENDALI3](#_Toc22552704)

[6.2OBIGLI DI VENDITA3](#_Toc22552705)

[6.3OBIGLI FINANZIARI3](#_Toc22552706)

[6.4OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE3](#_Toc22552707)

[7.MERCATO DI RIFERIMENTO3](#_Toc22552708)

[7.1RACCOLTA DI INFORMAZIONI3](#_Toc22552709)

[7.2PUNTI DEL GIORNALE3](#_Toc22552710)

[7.3SOLUZIONI3](#_Toc22552711)

[7.4ACQUISTATORE PERSONA3](#_Toc22552712)

[8.STRATEGIA DI MARKETING3](#_Toc22552713)

[8.1CICLO DI ACQUISTO DELL'ACQUIRENTE3](#_Toc22552714)

[8.2POSIZIONE DI VENDITA UNICA (USP) 3](#_Toc22552715)

[8.3 MIX DI MARKETING – 4Ps3](#_Toc22552716)

[8.3.1PRODOTTO3](#_Toc22552717)

[8.3.2Prezzo3](#_Toc22552718)

[8.3.3LUOGOZIONE3](#_Toc22552719)

[8.3.4PROMOZIONE3](#_Toc22552720)

[8.4CANALI DI MARKETING3](#_Toc22552721)

[8.5PERTANTO](#_Toc22552722)

[9.STANDARD DI PRESTAZIONE E METODI DI MISURAZIONE3](#_Toc22552723)

[9.1STANDARD DELLE PRESTAZIONI3](#_Toc22552724)

[9.2BENCHMARKS3](#_Toc22552725)

[9.3METRICHE DI MARKETING PER MISURARE IL SUCCESSO3](#_Toc22552726)

[9.4METODI METODI DI MISURAZIONE3](#_Toc22552727)

[10.SINTESI FINANZIARIA3](#_Toc22552728)

[10.1PREVISIONI FINANZIARIE3](#_Toc22552729)

[10.2ANALISI BREAK-EVEN3](#_Toc22552730)

[10.3DATI FINANZIARI3](#_Toc22552731)

[10.3.1COME STATEMENT3](#_Toc22552732)

[10.3.2PROIEZIONE DEL FLUSSO DI CASH3](#_Toc22552733)

[10.3.3FOGLIO DI BILANCIAMENTO3](#_Toc22552734)

[11.APPENDICE3](#_Toc22552735)

[11.1RISULTITI DELLA RICERCA3](#_Toc22552736)

[11.2SPECIFICHE DI PRODOTTO E IMMAGINI3](#_Toc22552737)

# RIEPILOGO AZIENDALE

## LA NOSTRA AZIENDA

|  |
| --- |
|  |

## DICHIARAZIONE D'INTENTI

|  |
| --- |
|  |

## DICHIARAZIONE DI VISIONE

|  |
| --- |
|  |

# LA SFIDA

## PROBLEMA

|  |
| --- |
|  |

## OPPORTUNITÀ

|  |
| --- |
|  |

# ANALISI SITUAZIONALE

## ANALISI 5C

### SOCIETÀ

|  |
| --- |
|  |

### COLLABORATORI

|  |
| --- |
|  |

### CLIENTELA

|  |
| --- |
|  |

### CONCORRENTI

|  |
| --- |
|  |

### CLIMA

|  |
| --- |
|  |

## ANALISI SWOT

|  |
| --- |
| FATTORI INTERNI |
| PUNTI DI FORZA (+) | PUNTI DEBOLI (-) |
|  |  |
| FATTORI ESTERNI |
| OPPORTUNITA' (+) | MINACCE (-) |
|  |  |

# FUNZIONALITÀ DI BASE

### CAPACITÀ UNO

|  |
| --- |
|  |

### CAPACITÀ DUE

|  |
| --- |
|  |

### CAPACITÀ TRE

|  |
| --- |
|  |

# CAPACITÀ DI MARKETING

## CAPACITÀ UNO

|  |
| --- |
|  |

## CAPACITÀ DUE

|  |
| --- |
|  |

## CAPACITÀ TRE

|  |
| --- |
|  |

# OBIETTIVI

## OBIETTIVI AZIENDALI

|  |
| --- |
|  |

## OBIETTIVI DI VENDITA

|  |
| --- |
|  |

## OBIETTIVI FINANZIARI

|  |
| --- |
|  |

## OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE

|  |
| --- |
|  |

# MERCATO DI RIFERIMENTO

## RACCOLTA INFORMAZIONI

|  |
| --- |
|  |

## PUNTI DOLENTI

|  |
| --- |
|  |

## SOLUZIONI

|  |
| --- |
|  |

## BUYER PERSONA

|  |
| --- |
|  |

# STRATEGIA DI MARKETING

## CICLO DI ACQUISTO DELL'ACQUIRENTE

|  |
| --- |
|  |

## PROPOSTA DI VENDITA UNICA (USP)

|  |
| --- |
|  |

## MARKETING MIX – 4P

### PRODOTTO

|  |
| --- |
|  |

### PREZZO

|  |
| --- |
|  |

### LUOGO

|  |
| --- |
|  |

### PROMOZIONE

|  |
| --- |
|  |

## CANALI DI MARKETING

|  |
| --- |
|  |

## BILANCIO

|  |
| --- |
|  |

# STANDARD PRESTAZIONALI E METODI DI MISURAZIONE

## STANDARD DI PRESTAZIONE

|  |
| --- |
|  |

## BENCHMARK

|  |
| --- |
|  |

## METRICHE DI MARKETING PER MISURARE IL SUCCESSO

|  |
| --- |
|  |

## METODI DI MISURAZIONE

|  |
| --- |
|  |

# SINTESI FINANZIARIA

## PREVISIONI FINANZIARIE

|  |
| --- |
|  |

## ANALISI DI PAREGGIO

|  |
| --- |
|  |

## BILANCIO

### CONTO ECONOMICO

|  |
| --- |
|  |

### PROIEZIONE DEL FLUSSO DI CASSA

|  |
| --- |
|  |

### BILANCIO

|  |
| --- |
|  |

# APPENDICE

## RISULTATI DELLA RICERCA

|  |
| --- |
|  |

## SPECIFICHE E IMMAGINI DEL PRODOTTO

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **DISCONOSCIMENTO**Tutti gli articoli, i modelli o le informazioni fornite da Smartsheet sul sito Web sono solo di riferimento. Mentre ci sforziamo di mantenere le informazioni aggiornate e corrette, non rilasciamo dichiarazioni o garanzie di alcun tipo, esplicite o implicite, circa la completezza, l'accuratezza, l'affidabilità, l'idoneità o la disponibilità in relazione al sito Web o alle informazioni, agli articoli, ai modelli o alla grafica correlata contenuti nel sito Web. Qualsiasi affidamento che fai su tali informazioni è quindi strettamente a tuo rischio. |