**[](https://it.smartsheet.com/try-it?trp=37299&utm_language=IT&utm_source=integrated+content&utm_campaign=/go-to-market-plan-template&utm_medium=ic+go+to+market+marketing+plan+37299+word+it&lpa=ic+go+to+market+marketing+plan+37299+word+it)**

**PIANO DI MARKETING GO-TO-MARKET**

PIANO MARKETING

RAGIONE SOCIALE

Forma, motivo di sfondo

Descrizione generata automaticamenteIndirizzo

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.SINTESI3](#_Toc22670101)

[2.DICHIARAZIONE DI MISSIONE4](#_Toc22670102)

[3.DICHIARAZIONE DI VISIONE4](#_Toc22670103)

[4.ANALISI SITUAZIONALE5](#_Toc22670104)

[ANALISI 4.15C5](#_Toc22670105)

[4.1.1AZIENDA5](#_Toc22670106)

[4.1.2COLLABORATORI5](#_Toc22670107)

[4.1.3PERSONALTRI5](#_Toc22670108)

[4.1.4CONCORRENTI5](#_Toc22670109)

[4.1.5CLIMA5](#_Toc22670110)

[4.2ANALISI DEL TESSUTO6](#_Toc22670111)

[5.FUNZIONALITÀ DI BASE7](#_Toc22670112)

[6.OBIETTIVI8](#_Toc22670113)

[6.1OBIGLI AZIENDALI8](#_Toc22670114)

[6.2SALES GOAL8](#_Toc22670115)

[6.3OBIGLI FINANZIARI9](#_Toc22670116)

[6.4OBIETTIVI DI MARKETING9](#_Toc22670117)

[7.MERCATO DI RIFERIMENTO10](#_Toc22670118)

[7.1RACCOLTA DI INFORMAZIONI10](#_Toc22670119)

[7.2PUNTI DEL GIORNALE10](#_Toc22670120)

[7.3SOLUZIONI11](#_Toc22670121)

[7.4BUYER PERSONA11](#_Toc22670122)

[8.STRATEGIA DI MARKETING12](#_Toc22670123)

[8.1CICLO DI ACQUISTO DELL'ACQUIRENTE12](#_Toc22670124)

[8.2POSIZIONE DI VENDITA UNICA (USP) 12](#_Toc22670125)

[8.3BRANDING13](#_Toc22670126)

[8.4 MIX DI MARKETING – 4Ps13](#_Toc22670127)

[8.4.1PRODOTTO13](#_Toc22670128)

[8.4.2Prezzo13](#_Toc22670129)

[8.4.3LUOGO14](#_Toc22670130)

[8.4.4PROMOZIONE14](#_Toc22670131)

[8.5CANALI DI MARKETING14](#_Toc22670132)

[8.6PER IL BUDGET15](#_Toc22670133)

[9.STANDARD DI PRESTAZIONE E METODI DI MISURAZIONE16](#_Toc22670134)

[9.1STANDARD DELLE PRESTAZIONI16](#_Toc22670135)

[9.2BENCHMARKS16](#_Toc22670136)

[9.3METRICHE DI MARKETING PER MISURARE IL SUCCESSO17](#_Toc22670137)

[9.4METODI METODI DI MISURAZIONE17](#_Toc22670138)

[10.SINTESI FINANZIARIA18](#_Toc22670139)

[10.1PREVISIONI FINANZIARIE18](#_Toc22670140)

[10.2ANALISI DI ROTTURA-PAREGGIO18](#_Toc22670141)

[10.3DATI FINANZIARI19](#_Toc22670142)

[10.3.1COME DICHIARAZIONE19](#_Toc22670143)

[10.3.2PROIEZIONE A FLUSSO DI MISURA19](#_Toc22670144)

[10.3.3FOGLIO DI BILANCIAMENTO19](#_Toc22670145)

[11.APPENDICE20](#_Toc22670146)

[11.1RISULTITI DELLA RICERCA20](#_Toc22670147)

[11.2SPECIFICHE DI PRODOTTO E IMMAGINI20](#_Toc22670148)

# SINTESI

|  |
| --- |
|  |

# DICHIARAZIONE D'INTENTI

|  |
| --- |
|  |

# DICHIARAZIONE DI VISIONE

|  |
| --- |
|  |

# 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

|  |
| --- |
|  |

# OBIETTIVI

## OBIETTIVI AZIENDALI

|  |
| --- |
|  |

## OBIETTIVI DI VENDITA

|  |
| --- |
|  |

## OBIETTIVI FINANZIARI

|  |
| --- |
|  |

## OBIETTIVI DI MARKETING

|  |
| --- |
|  |

# MERCATO DI RIFERIMENTO

## RACCOLTA INFORMAZIONI

|  |
| --- |
|  |

## PUNTI DOLENTI

|  |
| --- |
|  |

## SOLUZIONI

|  |
| --- |
|  |

## BUYER PERSONA

|  |
| --- |
|  |

# STRATEGIA DI MARKETING

## CICLO DI ACQUISTO DELL'ACQUIRENTE

|  |
| --- |
|  |

## PROPOSTA DI VENDITA UNICA (USP)

|  |
| --- |
|  |

## BRANDING

|  |
| --- |
|  |

## 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. |