****

**PIANO DI MARKETING IMMOBILIARE**

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](#_Toc22644039)

[1.1FONDOTERRA3](#_Toc22644040)

[1.2MISSIONE3](#_Toc22644041)

[1.3VISION3](#_Toc22644042)

[1.4LA NOSTRA SQUADRA3](#_Toc22644043)

[2.ANALISI SITUAZIONALE3](#_Toc22644044)

[2.1ANALISI DEL TESSUTO3](#_Toc22644045)

[2.2ANALISI SWOT DEL CONCORRENTE3](#_Toc22644046)

[2.3PRESTAZIONI DEL CONCORRENTE3](#_Toc22644047)

[2.4STRATEGIA DI MARKETING DEL CONCORRENTE3](#_Toc22644048)

[3.OBIETTIVI3](#_Toc22644049)

[3.1OBIGLI AZIENDALI3](#_Toc22644050)

[3.2OBIGLI STRATEGICI3](#_Toc22644051)

 [3.3OBIETTIVI TATTICI3](#_Toc22644052)

[3.4OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE3](#_Toc22644053)

[4.TARGET CLIENT3](#_Toc22644054)

[4.1TIPO DI CLIENT3](#_Toc22644055)

[4.2DEMOGRAFIA3](#_Toc22644056)

 [4.3PSICOGRAFIA3](#_Toc22644057)

[4.4PUNTI DEL GIORNALE3](#_Toc22644058)

[4.5BUYER PERSONA3](#_Toc22644059)

[5.STRATEGIA DI MARKETING3](#_Toc22644060)

[5.1PROPOSTA DI VENDITA UNICA (USP) 3](#_Toc22644061)

[5.2POSITIVO COMPETITIVO SOSTENIBILE3](#_Toc22644062)

[5.3CANALI DI MARKETING3](#_Toc22644063)

[5.4PERTANTO](#_Toc22644064)

[6.PIANO D'AZIONE3](#_Toc22644065)

[7.STANDARD DI PRESTAZIONE E METODI DI MISURAZIONE3](#_Toc22644066)

[7.1STANDARD DELLE PRESTAZIONI3](#_Toc22644067)

[7.2BENCHMARKS3](#_Toc22644068)

[7.3METODI DI MISURAZIONE3](#_Toc22644069)

[8.SINTESI FINANZIARIA3](#_Toc22644070)

[8.1PREVISIONI FINANZIARIE3](#_Toc22644071)

[8.2DAFFRONTO FINANZIARIO3](#_Toc22644072)

[8.2.1COME STATEMENT3](#_Toc22644073)

[8.2.2PROIEZIONE DEL FLUSSO DI COLPI3](#_Toc22644074)

[8.2.3FOGLIO DI BILANCIAMENTO3](#_Toc22644075)

[9.APPENDICE3](#_Toc22644076)

[9.1RISULTITI DELLA RICERCA3](#_Toc22644077)

[9.2SPECIFICHE DI PRODOTTO E IMMAGINI3](#_Toc22644078)

# RIEPILOGO AZIENDALE

## SFONDO

|  |
| --- |
|  |

## MISSIONE

|  |
| --- |
|  |

## VISIONE

|  |
| --- |
|  |

## IL NOSTRO TEAM

|  |  |
| --- | --- |
| NOME | FUNZIONE |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

# ANALISI SITUAZIONALE

## ANALISI SWOT

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

## ANALISI SWOT DELLA CONCORRENZA

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

## PRESTAZIONI DELLA CONCORRENZA

|  |
| --- |
|  |

## STRATEGIA DI MARKETING DELLA CONCORRENZA

|  |
| --- |
|  |

# OBIETTIVI

## OBIETTIVI AZIENDALI

|  |
| --- |
|  |

## OBIETTIVI STRATEGICI

|  |
| --- |
|  |

## OBIETTIVI TATTICI

|  |
| --- |
|  |

## OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE

|  |
| --- |
|  |

# CLIENTE TARGET

## TIPO DI CLIENTE

|  |  |
| --- | --- |
|  | Acquirente di casa per la prima volta |
|  | Home Venditore |
|  | Inquilino |
|  | Altro (ad esempio, immobili di investimento) |

## DEMOGRAFIA

|  |
| --- |
|  |

## PSICOGRAFIA

|  |
| --- |
|  |

## PUNTI DOLENTI

|  |
| --- |
|  |

## BUYER PERSONA

|  |
| --- |
|  |

# STRATEGIA DI MARKETING

## PROPOSTA DI VENDITA UNICA (USP)

|  |
| --- |
|  |

## VANTAGGIO COMPETITIVO SOSTENIBILE

|  |
| --- |
|  |

## CANALI DI MARKETING

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| CANALE | AZIONE | ASSEGNATO A | COSTO |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

## 5.4BILANCIO

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| CATEGORIA | DESCRIZIONE | ASSEGNATO A | COSTO |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

# PIANO D'AZIONE

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| CATEGORIA | AZIONE | ASSEGNATO A | DATTERO |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

# STANDARD PRESTAZIONALI E METODI DI MISURAZIONE

## STANDARD DI PRESTAZIONE

|  |
| --- |
|  |

## BENCHMARK

|  |
| --- |
|  |

## METODI DI MISURAZIONE

|  |
| --- |
|  |

# SINTESI FINANZIARIA

## PREVISIONI FINANZIARIE

|  |
| --- |
|  |

## 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. |