**[](https://it.smartsheet.com/try-it?trp=37297&utm_language=IT&utm_source=integrated+content&utm_campaign=/digital-marketing-plan-templates&utm_medium=ic+small+business+marketing+project+plan+37297+word+it&lpa=ic+small+business+marketing+project+plan+37297+word+it)**

**MARKETING PER LE PICCOLE IMPRESE**

**PIANO DI PROGETTO**

PIANO DI PROGETTO DI 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](#_Toc22640375)

[1.1LA NOSTRA AZIENDA3](#_Toc22640376)

[1.2DICHIARAZIONE DI MISSIONE3](#_Toc22640377)

[1.3COMUNIONE DI VISIONE3](#_Toc22640378)

[2.LA SFIDA4](#_Toc22640379)

[2.1PROBLEM4](#_Toc22640380)

[2.2OPPORTUNITÀ4](#_Toc22640381)

[3.ANALISI SITUAZIONALE5](#_Toc22640382)

[ANALISI 3.15C5](#_Toc22640383)

[3.1.1AZIENDA5](#_Toc22640384)

[3.1.2COLLABORATORI5](#_Toc22640385)

[3.1.3PERSONOLOGI5](#_Toc22640386)

[3.1.4CONCORRENTI5](#_Toc22640387)

[3.1.5CLIMA5](#_Toc22640388)

[3.2ANALISI DEL TESSUTO6](#_Toc22640389)

[4.CAPACITÀ DI BASE7](#_Toc22640390)

[4.1CAPACITÀ UNO7](#_Toc22640391)

[4.2CAPACITÀ DUE7](#_Toc22640392)

[4.3CAPACITÀ TRE7](#_Toc22640393)

[5.OBIETTIVI DI MARKETING8](#_Toc22640394)

[5.1OBIETTIVI A BREVE TERMINE E PIANO D'AZIONE8](#_Toc22640395)

[5.1.1VERIFICA DELLA BASE CLIENTI ESISTENTE8](#_Toc22640396)

[5.1.2ESTENSIONE DI REACH8](#_Toc22640397)

[5.2 OBIETTIVI A LUNGO TERMINE E PIANO D'AZIONE9](#_Toc22640398)

[5.2.1CONSAPEVOLEZZA DEL MARCHIO / AUTORITÀ9](#_Toc22640399)

[5.2.2CLASSIFICAMENTO DELLA RICERCA9](#_Toc22640400)

[6.MERCATO DI RIFERIMENTO10](#_Toc22640401)

[6.1DOGRAFIA10](#_Toc22640402)

[6.2PSICOGRAFIA10](#_Toc22640403)

[7.STRATEGIA DI MARKETING11](#_Toc22640404)

[7.1PROPOSTA DI VENDITA UNICA (USP) 11](#_Toc22640405)

[7.2 MIX DI MARKETING – 4Ps11](#_Toc22640406)

[7.2.1PRODOTTO11](#_Toc22640407)

[7.2.2Prezzo11](#_Toc22640408)

[7.2.3LUOGO12](#_Toc22640409)

[7.2.4PROMOZIONE12](#_Toc22640410)

[7.3CANALI DI MARKETING12](#_Toc22640411)

[7.4PERTANTO13](#_Toc22640412)

[8.STANDARD DI PRESTAZIONE E METODI DI MISURAZIONE14](#_Toc22640413)

[8.1STANDARD DELLE PRESTAZIONI14](#_Toc22640414)

[8.2INDICATORI CHIAVE DI PRESTAZIONE (KPI) 14](#_Toc22640415)

[8.3METODI DI MISURA14](#_Toc22640416)

[9.SINTESI FINANZIARIA15](#_Toc22640417)

[9.1PREQUISITI FINANZIARI15](#_Toc22640418)

[9.2SUMPTIONS / PROIEZIONI15](#_Toc22640419)

[9.3FATTI FINANZIARI16](#_Toc22640420)

[9.3.1COME DICHIARAZIONE16](#_Toc22640421)

[9.3.2PROIEZIONE DEL FLUSSO DI CASH16](#_Toc22640422)

[9.3.3FOGLIO DI BILANCIAMENTO16](#_Toc22640423)

[10.APPENDICE17](#_Toc22640424)

[10.1RISULTITI DELLA RICERCA17](#_Toc22640425)

[10.2SPECIFICHE DI PRODOTTO E IMMAGINI17](#_Toc22640426)

# 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

|  |
| --- |
|  |

# OBIETTIVI DI MARKETING

## OBIETTIVI A BREVE TERMINE E PIANO D'AZIONE

### SFRUTTA LA BASE CLIENTI ESISTENTE

|  |
| --- |
|  |

### ESTENDI LA PORTATA

|  |
| --- |
|  |

## OBIETTIVI A LUNGO TERMINE E PIANO D'AZIONE

### BRAND AWARENESS / AUTOREVOLEZZA

|  |
| --- |
|  |

### POSIZIONAMENTO DI RICERCA MIGLIORATO

|  |
| --- |
|  |

# MERCATO DI RIFERIMENTO

## DEMOGRAFIA

|  |
| --- |
|  |

## PSICOGRAFIA

|  |
| --- |
|  |

# STRATEGIA DI MARKETING

## 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

|  |
| --- |
|  |

## INDICATORI CHIAVE DI PRESTAZIONE (KPI)

|  |
| --- |
|  |

## METODI DI MISURAZIONE

|  |
| --- |
|  |

# SINTESI FINANZIARIA

## REQUISITI FINANZIARI

|  |
| --- |
|  |

## IPOTESI / PROIEZIONI

|  |
| --- |
|  |

## 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. |