****

**PIANO DI COMUNICAZIONE DEL MARCHIO**

ESEMPIO

|  |  |
| --- | --- |
| STRATEGIA DI COMUNICAZIONE | Pubblicizzare nuove funzionalità di prodotto presso i clienti esistenti e potenziali, inclusi commenti sulla roadmap dei prodotti per il prossimo anno. |
| MERCATO DI RIFERIMENTO | Tutti i clienti esistenti e potenziali nei campi di sviluppo del software e dell'IT. |
| PROPOSTA DI VALORE PRINCIPALE | Le nuove funzionalità di prodotto miglioreranno le misure di sicurezza e provisioning e permetteranno agli utenti di crescere con maggiore efficacia e sicurezza. |
| RISPOSTA DESIDERATA | Passaparola e/o acquisto del prodotto o dei servizi. |
| CANALI DI COMUNICAZIONE | Tutti i canali dei social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram), comunicati stampa e annunci a pagamento su Google. |
| PARAMETRI DI SUCCESSO | Aumento di spesa da parte dei clienti esistenti e aumento di nuovi loghi. |

**PIANO DI COMUNICAZIONE DEL MARCHIO**

|  |  |
| --- | --- |
| STRATEGIA DI COMUNICAZIONE |  |
| MERCATO DI RIFERIMENTO |  |
| PROPOSTA DI VALORE PRINCIPALE |  |
| RISPOSTA DESIDERATA |  |
| CANALI DI COMUNICAZIONE |  |
| PARAMETRI DI SUCCESSO |  |

|  |
| --- |
| **DICHIARAZIONE DI NON RESPONSABILITÀ**Qualsiasi articolo, modello o informazione sono forniti da Smartsheet sul sito web solo come riferimento. Pur adoperandoci a mantenere le informazioni aggiornate e corrette, non offriamo alcuna garanzia o dichiarazione di alcun tipo, esplicita o implicita, relativamente alla completezza, l’accuratezza, l’affidabilità, l’idoneità o la disponibilità rispetto al sito web o le informazioni, gli articoli, i modelli o della relativa grafica contenuti nel sito. Qualsiasi affidamento si faccia su tali informazioni è pertanto strettamente a proprio rischio. |