**MODELLO DI INDAGINE SULLA**

**PERCEZIONE DEL MARCHIO**

INDAGINE SULLA PERCEZIONE DEL MARCHIO

NOME DEL BRAND MANAGER

BRAND MANAGER

00/00/0000

|  |
| --- |
| INDAGINE SUL MARCHIO |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 1. | Qual è il livello di familiarità che hai con il nostro marchio? | NESSUNAFAMILIARITÀ | SCARSA FAMILIARITÀ | SUFFICIENTE FAMILIARITÀ | FAMILIARE | MOLTO FAMILIARE |   |
|   |  |  |  |  |  |   |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 2. | Con quale probabilità ci raccomanderesti ad amici o familiari? | Scala da 1 a 10 |   | 3. | Come sei venuto a sapere di noi?  | Famiglia o amico |  |   |
|   |  |   |   | Ricerca online |  |   |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   | Rivista, blog o altri media |  |   |
| 4. | Che livello di fiducia hai nel nostro marchio?  | Scala da 1 a 10 |   |   |   |   | Social media |  |   |
|   |  |   |   | AltroSpecifica |  |   |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 5. | Quali parole descrivono meglio il nostro marchio? Scegli fino a 3 opzioni. | Giocoso |  | Non convenzionale |  |   |
|   | Innovativo |  | Raffinato |  | Alla mano |  |   |
|   | Esclusivo |  | Elitario |  | Autorevole |  |   |
|   | Occasionale |   | Ribelle |  | Classico |  |   |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 6. | Da quando sei venuto a conoscenza del nostro marchio, il modo con cui lo percepisci è cambiato? |   |   |   | 7. | Quale marchio ti viene in mente quando pensi a (nome del prodotto)? |   |
|   |   |   |   |   |   |
|   | SÌ |   |   |   |  |   |
|   | NO |   |   |   |   |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|   | Grazie per aver dedicato del tempo a compilare questo sondaggio. |   |
|     |

|  |
| --- |
| **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. |