**MODELLO DI REVISIONE ANNUALE DELLA STRATEGIA DEL MARCHIO**

REVISIONE

ANNUALE DELLA

STRATEGIA DEL MARCHIO

Nome del marchio

NOME DEL BRAND MANAGER

BRAND MANAGER

00/00/0000

Sommario

[RIEPILOGO DELLE PRESTAZIONI DEL MARCHIO 3](#_Toc147746288)

[ANALISI DELLA CONCORRENZA 4](#_Toc147746289)

[ANALISI DEI SOCIAL MEDIA 5](#_Toc147746290)

[Analisi dei social media + Riepilogo dei suggerimenti 6](#_Toc147746291)

[STRATEGIA DI COMUNICAZIONE 7](#_Toc147746292)

[Analisi SWOT 7](#_Toc147746293)

[Riepilogo dell'analisi SWOT 8](#_Toc147746294)

[Identificazione degli obiettivi + parametri SMART 9](#_Toc147746295)

[Analisi delle comunicazioni della concorrenza 10](#_Toc147746296)

[ANALISI DELLA PERCEZIONE DEL MARCHIO 11](#_Toc147746297)

[Riepilogo della percezione del marchio + suggerimenti 11](#_Toc147746298)

[Risultati aggregati dell'indagine sul marchio 12](#_Toc147746299)

[RACCOMANDAZIONI FINALI 13](#_Toc147746300)

# A picture containing text, accessory, umbrella, stationary  Description automatically generatedRIEPILOGO DELLE PRESTAZIONI DEL MARCHIO

Riepiloga le prestazioni del marchio nell'ultimo anno.

Includi un'ampia panoramica degli obiettivi raggiunti e non raggiunti durante l'anno precedente.

|  |
| --- |
|  |

# A picture containing text, accessory, stationary, envelope  Description automatically generatedANALISI DELLA CONCORRENZA

Elenca i tuoi concorrenti attuali e descrivi l'ambiente di mercato dell'anno in corso.

Analizza come questi due fattori sono cambiati nell'ultimo anno.

Fornisci suggerimenti su come il marchio deve rispondere ai cambiamenti nel panorama competitivo.

ANNO CORRENTE

ANALISI

SUGGERIMENTI

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |   |  |

# Chart  Description automatically generatedANALISI DEI SOCIAL MEDIA

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | NUMERO ATTUALE DI FOLLOWER | OBIETTIVO FOLLOWER ULTIMO ANNO | OBIETTIVO FOLLOWER PROSSIMO ANNO | SEGNALAZIONI DI CLIENTI MENSILI | % DI VARIAZIONE ULTIMO ANNO | % DI VARIAZIONE ULTIMO ANNO | CLIC PER POST ULTIMO ANNO | CLIC PER OBIETTIVO DI POST |
| FACEBOOK |   |   |   |   |   |   |   |   |
| INSTAGRAM |   |   |   |   |   |   |   |   |
| TWITTER |   |   |   |   |   |   |   |   |
| LINKEDIN |   |   |   |   |   |   |   |   |
| TikTok |   |   |   |   |   |   |   |   |
| SNAPCHAT |   |   |   |   |   |   |   |   |
| PINTEREST |   |   |   |   |   |   |   |   |
| TUMBLR |   |   |   |   |   |   |   |   |
| YOUTUBE |   |   |   |   |   |   |   |   |
| ALTRO |   |   |   |   |   |   |   |   |
| ALTRO |   |   |   |   |   |   |   |   |

## A picture containing text, accessory, umbrella, stationary  Description automatically generatedAnalisi dei social media + Riepilogo dei suggerimenti

|  |
| --- |
|  |

# A picture containing text, accessory, umbrella  Description automatically generatedSTRATEGIA DI COMUNICAZIONE

#

Esegui un'analisi SWOT della tua attuale strategia di comunicazione.

Imposta nuovi obiettivi e parametri SMART.

## Analisi SWOT

Analizza le modalità con cui attualmente comunichi con il pubblico a cui intendi rivolgerti.

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

## A picture containing text, yellow  Description automatically generatedRiepilogo dell'analisi SWOT

|  |
| --- |
|  |

## A picture containing text, outdoor object  Description automatically generatedIdentificazione degli obiettivi + parametri SMART

**S**pecific, **M**easurable, **A**chievable, **R**ealistic, and **T**imely  **(specifici, misurabili, raggiungibili, realistici e definiti nel tempo)**

|  |
| --- |
|  |

## Analisi delle comunicazioni della concorrenza

Come comunicano i tuoi concorrenti e qual è il loro pubblico di riferimento?

Cosa funziona? Cosa non funziona?

Cosa occorre cambiare nell'anno a venire?

|  |
| --- |
|  |

# A picture containing accessory, stationary, envelope  Description automatically generatedANALISI DELLA PERCEZIONE DEL MARCHIO

Conduci il sondaggio sulla percezione del marchio coinvolgendo un ampio segmento del tuo pubblico di riferimento.

Raccogli i dati aggregati. Utilizza il modulo di sondaggio (sotto) per indicare il numero di risposte

in ogni categoria. Riepiloga i risultati e fornisci raccomandazioni per l'anno a venire.

## Riepilogo della percezione del marchio + suggerimenti

|  |
| --- |
|  |

## Risultati aggregati dell'indagine sul marchio

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | Qual è il livello di familiarità che hai con il nostro marchio? | NESSUNAFAMILIARITÀ | POCA 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?  |  |  |  |  |
|   | Innovativo |  | Giocoso |  | Ribelle |  | Autorevole |  |
|   | Esclusivo |  | Raffinato |  | Non convenzionale |  | Classico |  |
|   | Occasionale |  | Elitario |   | Alla mano |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 6. | Da quando sei venuto a conoscenza del nostro marchio, il modo con cui lo percepisci è cambiato? | SÌ |  |  7. | Quale marchio ti viene in mente quando pensi a (nome del prodotto)?  |  |
|   | NO |  |   |

# **A picture containing outdoor object, sport kite, colorful, envelope  Description automatically generated**RACCOMANDAZIONI FINALI

In base all'analisi, fornisci raccomandazioni generali per la direzione strategica del prossimo anno.

Includi suggerimenti per modifiche alla guida di stile e ai pilastri della comunicazione del marchio.

Allega documenti di supporto o espandi questa sezione per includere raccomandazioni più dettagliate.

|  |
| --- |
|  |

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