Versione 0.0

Data



Piano di marketing strategico

Sottotitolo documento

Presentato da: Nome

nome società

Indirizzo società

# Piano di marketing strategico

Utilizzare il piano di marketing strategico per identificare le attività e le aspettative relative al prodotto o al servizio di marketing. Utilizzare questo modello per avviare il processo di discussione e creazione del piano di marketing.

## Panoramica del piano

| Esercitazione: | Nome |
| --- | --- |
| Nome della campagna: | Nome della campagna |
| Manager della campagna: | Nome del manager |
| Esperto in materia: | Nome esperto |

## Obiettivo

Descrivere l'obiettivo.

## Mercato di destinazione

In questa sezione, è necessario definire i clienti correnti e i potenziali clienti di destinazione.

### Dati demografici prodotto

Descrivere i dati demografici del prodotto.

### Dati demografici contatto di destinazione

Descrivere i dati demografici del contatto di destinazione.

## Riepilogo messaggio

Riepilogare il messaggio.

## Richiamo all'azione

Utilizzare questa sezione per definire parole o frasi con cui si chiede al cliente di intervenire.

### Qual è il risultato desiderato?

Descrivere il risultato desiderato.

### Qual è l'offerta ottenuta?

Definire l’offerta ottenuta.

## Processo

### Sviluppo elenco

Descrivere lo sviluppo dell’elenco.

### Meccanismo potenziale

Descrivere il meccanismo potenziale.

### Completamento pre-evento

Definire il completamento pre-evento.

### Completamento post-evento

Definire il completamento post-evento.

## Processo e criteri di qualifica delle opportunità

Definire il processo e i criteri di qualifica delle opportunità.

## Pianificazione progetto

### Risorse necessarie per gli eventi

| Risorsa | Ruolo | Ore di lavoro previste |
| --- | --- | --- |
| Risorsa 1 | Ruolo | Ora |
| Risorsa 2 | Ruolo | Ora |
| Risorsa 3 | Ruolo | Ora |

### Budget

Compilare un elenco di elementi pertinenti che verranno utilizzati per creare voci del budget (ad esempio, noleggio stand, strutture, viaggi). Utilizzare il modello Piano budget di marketing per creare il budget finale.

* Elencare tutti gli elementi pertinenti.

Definire tutti gli elementi pertinenti.

### Metriche e aspettative

* Elencare tutte le metriche e le aspettative.

Definire tutte le metriche e le aspettative.

### Approvazione

| Titolo | Nome | Data 1 | Data 2 |
| --- | --- | --- | --- |
| DIRETTORE GENERALE | Nome | Data 1 | Data 2 |
| Manager della campagna | Nome | Data 1 | Data 2 |
| Manager del prodotto | Nome | Data 1 | Data 2 |
| Project Manager | Nome | Data 1 | Data 2 |
| Titolo 5 | Nome | Data 1 | Data 2 |
| Titolo 5 | Nome | Data 1 | Data 2 |

# Firma campagna

Il sottoscritto accetta la campagna di marketing, come descritto di seguito.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Inserire nome e cognome | Titolo | Firma | Data. |
| Inserire nome e cognome | Titolo | Firma | Data. |
| Inserire nome e cognome | Titolo | Firma | Data. |
| Inserire nome e cognome | Titolo | Firma | Data. |
| Inserire nome e cognome | Titolo | Firma | Data. |
| Inserire nome e cognome | Titolo | Firma | Data. |
| Inserire nome e cognome | Titolo | Firma | Data. |
| Inserire nome e cognome | Titolo | Firma | Data. |
| Inserire nome e cognome | Titolo | Firma | Data. |

Nota: Se il documento viene modificato in modo significativo su richiesta del cliente, potrebbero essere necessarie firme aggiuntive.