



Il piano di web marketing Guida per l'analisi

Il progetto:

Chi compila questo documento:

Data:

L'AZIENDA/ORGANIZZAZIONE: presentazione

- Breve descrizione dell'azienda/organizzazione (fondazione, settore di riferimento, struttura, numero di dipendenti, ecc); punti di forza e di debolezza

La risposta va qui

- Offerta al mercato (che beni/servizi produce/distribuisce)

La risposta va qui

- Che cosa la differenzia dai concorrenti

PERCHE': gli obiettivi

- Quali sono gli obiettivi di business per l'anno prossimo (qualitativi/quantitativi)

La risposta va qui

- Quali sono gli obiettivi di marketing (con indicatore numerico)

- Quali sono i risultati attesi dall'attività digitale nei prossimi mesi

CHI: le persone

- Qual è il profilo del cliente/i
La risposta va qui

- Chi sono gli influenzatori, stakeholder (interni ed esterni), ecc

COSA: di quali contenuti dispone l'azienda/organizzazione

(I contenuti sono testi, video, immagini, interviste, testimonianze di clienti, ricerche di settore, storie, conoscenze e competenze che possono contribuire a valorizzare l'azienda/l'organizzazione)

- Quali sono i contenuti attualmente disponibili
- Altri contenuti potenziali, da raccogliere/formalizzare (es. interviste ai clienti storici sulla soddisfazione d'uso del prodotto/servizio)
- Chi sono le persone che in azienda hanno accesso alle informazioni sugli asset aziendali principali (es. storia e tradizione: il titolare; brevetti e qualità: il responsabile prodotto; ecc)



DOVE: lo scenario e i mercati

- Qual è lo scenario di settore (tendenze di mercato, ecc)

La risposta va qui

- Chi sono i concorrenti diretti e indiretti
- Quali sono i mercati geografici di riferimento (Italia, estero; quali zone, città, regioni in particolare)

QUANDO: stagionalità e momenti caldi

- C'è una stagionalità nel business? (es. picco di vendite nel periodo natalizio, ecc)

La risposta va qui

- Ci sono nel corso dell'anno iniziative aziendali (promozioni, fiere ed eventi, lancio di prodotti, ecc) particolarmente rilevanti?

COME: quali strumenti e risorse

- Quali sono i principali strumenti di comunicazione che l'azienda adotta (es. mailing cartaceo a X mila iscritti, eventi, spot TV, ecc)

La risposta va qui

- Quali strumenti digitali sono attualmente attivi (e-mail marketing, sito, SEO, campagne di adv, ecc). Elencare nome, indirizzo web dove presente (es. Sito web www.sitowebazienda.it; Pagina Facebook www.facebook.com/nomeazienda) e metriche principali (visite/mese, numero di contatti/mese; numero di fan, portata media per post, ecc)
- Chi sono attualmente le risorse interne che si dedicano al digitale, che ruolo hanno
- Quale budget è stato dedicato al digitale per l'anno in corso. Quale budget è previsto per il prossimo anno (se disponibile)

Quest'opera è distribuita con Licenza Creative Commons

