

FILIERA POSIZIONAMENTO VINCENTE (B2C e B2B)

1

2

3

4

5

6

7

CONOSCERSI

COMPRENDERE

PROPOSTE

VALUTAZIONE
E
CONDIVISIONE

STRATEGIA
E
OPERATIVITA'

POSIZIONAMENTO

ESECUZIONE E
CONTROLLO
RISULTATI

colloquio
chiarificatore
analitico:

- brief
- obiettivi
- budget

- desk analysis
- on line focus group (Client e/o Customer)
- work shop (cognitiva interna, problem solving)

- idea generation
- digital presence
- first proposal

- condivisione Alta Direzione
- sinergia con altre Aziende

- S W O T
- identificare:
 - promise
 - reason why
 - supporting evidence
- immagine coordinata
- action plan (con timing e spesa per voce)

- Verifica del flusso finalizzato a ottenere un posizionamento vincente

- new responsive website
- content and SEO to improve visibility
- Google analytics
- DEM and CRM
- digital flyer
- social networks to connect with Customers/Clients
- inbound MKTG (outside-in)
- e-mail MKTG
- video MKTG
- check result (OGSM)

La Digital Strategy andrà contemplata all'interno della Marketing Strategy aziendale