** IL LANCIO DI NUOVI PRODOTTI
MODELLO DI ELENCO DI CONTROLLO PER**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **TITOLO DELL'ATTIVITÀ** | **DELL'ATTIVITÀ DESCRIZIONE**  | **PROPRIETARIO ASSEGNATO** | **SCADENZA** | **STATO ATTIVITÀ** |
| ANALISI DI MERCATO | Valutare il potenziale e il valore del mercato |   |   | Non avviato |
| Condurre un'analisi della concorrenza |   |   | In corso |
| Definire il pubblico di destinazione |   |   | Completo |
| Attività 4 |   |   | In attesa |
| Attività 5 |   |   | Scaduto |
| PERSONAGGI DEL PUBBLICO | Crea sondaggi tra i clienti |   |   | Ha bisogno di revisione |
| Condurre interviste telefoniche e di persona |   |   |   |
| Raccogliere dati dall'analisi web e social |   |   |   |
| Attività 4 |   |   |   |
| Attività 5 |   |   |   |
| PREZZI DEI PRODOTTI | Delineare gli obiettivi aziendali |   |   |   |
| Analizza i prezzi della concorrenza |   |   |   |
| Determinare i costi |   |   |   |
| Attività 4 |   |   |   |
| Attività 5 |   |   |   |
| POSIZIONAMENTO SUL MERCATO | Definisci la tua proposta di valore unica |   |   |   |
| Creare un'istruzione di posizionamento |   |   |   |
| Finalizzare il framework di messaggistica |   |   |   |
| Attività 4 |   |   |   |
| Attività 5 |   |   |   |
| STRATEGIA GO-TO-MARKET | Definire la strategia di vendita |   |   |   |
| Crea un piano di marketing |   |   |   |
| Modello GTM completo |   |   |   |
| Attività 4 |   |   |   |
| Attività 5 |   |   |   |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ABILITAZIONE ALLE VENDITE | Sviluppare contenuti di formazione |   |   |   |
| Condurre sessioni di formazione |   |   |   |
| Creare modelli di e-mail |   |   |   |
| Attività 4 |   |   |   |
| Attività 5 |   |   |   |
| COMUNICAZIONI INTERNE | Creare un piano di comunicazione |   |   |   |
| Creare un percorso di archiviazione condiviso |   |   |   |
| Raccogli feedback |   |   |   |
| Attività 4 |   |   |   |
| Attività 5 |   |   |   |
| LANCIO ESTERNO | Completare un piano di crisi prima del lancio |   |   |   |
| Segui il piano di marketing |   |   |   |
| Informare le parti interessate su eventuali problemi |   |   |   |
| Attività 4 |   |   |   |
| Attività 5 |   |   |   |
| METRICHE | Monitorare le prestazioni dei canali di marketing |   |   |   |
| Determinare il costo per acquisizione per canale |   |   |   |
| Valutare l'analisi dei siti Web e dei clienti |   |   |   |
| Attività 4 |   |   |   |
| Attività 5 |   |   |   |
| FEEDBACK POST-LANCIO | Distribuire sondaggi post-lancio per i clienti |   |   |   |
| Interviste complete per vittorie/perdite |   |   |   |
| Tenere una revisione post-lancio |   |   |   |
| Attività 4 |   |   |   |
| Attività 5 |   |   |   |

|  |
| --- |
| **DISCONOSCIMENTO**Tutti gli articoli, i modelli o le informazioni fornite da Smartsheet sul sito Web sono solo di riferimento. Mentre ci sforziamo di mantenere le informazioni aggiornate e corrette, non rilasciamo dichiarazioni o garanzie di alcun tipo, esplicite o implicite, circa la completezza, l'accuratezza, l'affidabilità, l'idoneità o la disponibilità in relazione al sito Web o alle informazioni, agli articoli, ai modelli o alla grafica correlata contenuti nel sito Web. Qualsiasi affidamento che fai su tali informazioni è quindi strettamente a tuo rischio. |