**[](https://it.smartsheet.com/try-it?trp=37507)Modello di piano aziendale strategico   
annuale - Esempio**

*Questo piano strategico delinea il percorso di Positive Charge per diventare leader nel settore della ricarica per veicoli elettrici concentrandosi sull’espansione, la soddisfazione del cliente e la penetrazione del mercato entro il prossimo anno.*

PANORAMICA AZIENDALE

|  |  |
| --- | --- |
| **LA NOSTRA VISIONE** | Guidare la transizione globale verso il trasporto sostenibile attraverso soluzioni di ricarica innovative e accessibili per veicoli elettrici (EV) |
| **LA NOSTRA MISSION** | Fornire servizi di ricarica e logistica dei veicoli elettrici continuativi, efficienti ed ecologici, migliorando l’esperienza legata al possesso di veicoli elettrici e contribuendo alla salute del pianeta. |
| **IL PRODOTTO CHE OFFRIAMO** | Stazioni di ricarica EV all’avanguardia e facili da usare e supporto logistico sia per i singoli proprietari di veicoli elettrici che per le aziende, concentrandosi su affidabilità, velocità e accessibilità. |

ANALISI DI MERCATO

|  |  |
| --- | --- |
| **CHI È IL NOSTRO TARGET** | Proprietari di veicoli elettrici e potenziali acquirenti, aziende con flotte di veicoli elettrici e luoghi commerciali che desiderano offrire soluzioni di ricarica EV. |
| **IL PROBLEMA CHE STIAMO RISOLVENDO** | Affrontare la mancanza di infrastrutture di ricarica affidabili, veloci e accessibili per i proprietari di veicoli elettrici e le imprese, facilitando così il passaggio al trasporto sostenibile. |
| **I NOSTRI CONCORRENTI** | Fornitori affermati di reti di ricarica per veicoli elettrici e nuovi operatori con offerte simili. |
| **IL NOSTRO VANTAGGIO COMPETITIVO** | La nostra combinazione unica di tecnologia all’avanguardia, servizi incentrati sul cliente e supporto logistico completo ci distingue, garantendo un’esperienza di ricarica superiore. |

PIANO DI MARKETING E VENDITE

|  |  |
| --- | --- |
| **CANALI DI MARKETING** | Marketing digitale (SEO, PPC, social media), partnership con produttori di veicoli elettrici e impegno nelle esposizioni di energia verde e sostenibilità. |
| **MATERIALI DI MARKETING** | Brochure informative, contenuti interessanti del sito Web, campagne coinvolgenti sui social media e casi di studio informativi. |
| **STRATEGIA DI DEFINIZIONE DEI PREZZI** | Modelli di definizione dei prezzi competitivi con varie opzioni di abbonamento per diverse esigenze degli utenti, tra cui abbonamenti pay-per-use e mensili. |
| **CANALI DI DISTRIBUZIONE** | Vendita diretta alle aziende e vendita online per singoli consumatori, insieme al posizionamento strategico delle nostre stazioni di ricarica in luoghi ad alta domanda. |

TRAGUARDI E MISURE DI SUCCESSO CHIAVE

|  |  |
| --- | --- |
| **TRAGUARDI CHE PIANIFICHIAMO DI RAGGIUNGERE IN UN DETERMINATO PERIODO DI TEMPO E COME LI MISUREREMO** | |
| **1** | Aumentare il numero di stazioni di ricarica del 30% entro l’anno. PARAMETRO: tenere traccia del numero di nuove installazioni su base mensile. |
| **2** | Far crescere la nostra base clienti del 25% entro la fine dell’anno. PARAMETRO: misurare gli abbonamenti e i tassi di utilizzo. |
| **3** | Raggiungere un tasso di soddisfazione del cliente superiore al 90%. PARAMETRO: utilizzare i sondaggi e il feedback dei clienti per un miglioramento continuo. |

TIMELINE DELLE MILESTONE PER L’ANNO 20XX

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

Fine anno - Esaminare il feedback dei clienti

T4 – Espandere le partnership.

T2 – Aprire 20 nuove stazioni di ricarica.

T1 – Lanciare la campagna di marketing digitale.

T3 – Lanciare il programma fedeltà.

T4 – Raggiungere un aumento del 25%.

|  |
| --- |
| **DICHIARAZIONE DI NON RESPONSABILITÀ**  Qualsiasi articolo, modello o informazione è fornito da Smartsheet sul sito web solo come riferimento. Pur adoperandoci per 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. |