****

**PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA MARCA**

EJEMPLO

|  |  |
| --- | --- |
| ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN | Publicitar las nuevas funciones del producto a todos los clientes existentes y potenciales, incluidas las notas de la hoja de ruta del producto durante el próximo año. |
| MERCADO DE DESTINO | Todos los clientes existentes y clientes potenciales en los campos de TI o desarrollo de software. |
| PROPUESTA DE VALOR PRINCIPAL | Las funciones del producto nuevo mejorarán las medidas de seguridad y aprovisionamiento y permitirán a los usuarios escalar con mayor eficacia y seguridad. |
| RESPUESTA DESEADA | Las personas propagarán el mensaje y/o comprarán el producto/servicio. |
| CANALES DE REDES SOCIALES | Todos los canales de redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram), un anuncio de relaciones públicas el 15/1 y anuncios pagados en Google. |
| MÉTRICAS DEL ÉXITO | Aumento del gasto de los clientes existentes y aumento de los logotipos netos nuevos. |

**PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA MARCA**

|  |  |
| --- | --- |
| ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN |  |
| MERCADO DE DESTINO |  |
| PROPUESTA DE VALOR PRINCIPAL |  |
| RESPUESTA DESEADA |  |
| CANALES DE REDES SOCIALES |  |
| MÉTRICAS DEL ÉXITO |  |

|  |
| --- |
| **RENUNCIA**Todos los artículos, las plantillas o la información que proporcione Smartsheet en el sitio web son solo de referencia. Mientras nos esforzamos por mantener la información actualizada y correcta, no hacemos declaraciones ni garantías de ningún tipo, explícitas o implícitas, sobre la integridad, precisión, confiabilidad, idoneidad o disponibilidad con respecto al sitio web o la información, los artículos, las plantillas o los gráficos relacionados que figuran en el sitio web. Por lo tanto, cualquier confianza que usted deposite en dicha información es estrictamente bajo su propio riesgo. |