

ブランド コミュニケーション計画

例

コミュニケーション戦略	今後 1 年間の製品ロードマップに関する注意事項を含め、すべての既存顧客および潜在顧客に新製品の特徴を宣伝する。
ターゲット市場	IT またはソフトウェア開発分野のすべての既存顧客および潜在顧客。
主な価値提案	新製品の特徴により、セキュリティとプロビジョニング対策が強化され、ユーザーがより効果的かつ安全に拡張できるようになる。
望ましい反応	人々の間でうわさが広まり、製品/サービスを購入する。
メディアチャンネル	すべてのソーシャルメディアチャンネル (Facebook、Twitter、LinkedIn、Instagram)、1/15 の PR 発表、Google の有料広告。
成功の指標	既存顧客の支出が増加に伴い、真新しいロゴも増加。

ブランド コミュニケーション計画

コミュニケーション戦略	
ターゲット市場	
主な価値提案	
望ましい反応	
メディアチャンネル	
成功の指標	

- 免責条項 -

Smartsheet がこの Web サイトに掲載している記事、テンプレート、または情報などは、あくまで参考としてご利用ください。Smartsheet は、情報の最新性および正確性の確保に努めますが、本 Web サイトまたは本 Web サイトに含まれる情報、記事、テンプレート、あるいは関連グラフィックに関する完全性、正確性、信頼性、適合性、または利用可能性について、明示または黙示のいかなる表明または保証も行いません。かかる情報に依拠して生じたいかなる結果についても Smartsheet は一切責任を負いませんので、各自の責任と判断のもとにご利用ください。