**MODELO DE MARKETING DE VENDAS**

|  |
| --- |
|  |
| **OBJETIVO** | **ALVO** | **ESTRATÉGIAS** | **TÁTICAS / MENSAGENS** | **CALENDÁRIO** | **MEDIÇÃO** |
| Objectivos específicos e mensuráveis para serem publicados em um período de tempo estabelecido. | Objetivos específicos, acessível de pessoas com necessidades ou interesses semelhantes, motivações, demografia, locais, etc.  | Estratégias paraattratar pessoas ou organizações específicas que você está tentando alcançar com uma oferta atraente que atenda aos seus interesses/necessidades. | Ferramentas ou canais que você usará para atingir seus objetivos. O que há de único em sua história/produto/serviços/bio/histórico que se conecta com seu público-alvo? Quais mensagens serão persuasivas? | Especifique quais atividades você fará diariamente, semanalmente, mensalmente ouquarterly para conquistar seus objetivos. Que hora do dia ou dia da semana é mais eficaz para cada atividade? | Como você acompanhará os resultados? Como vocêcomparece a eficácia de cada um deles? Como vocêcalculará o tempo/dinheiro/# dos contatos necessários para atrair/manter cada usuário/cliente? |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

|  |
| --- |
| **DISCLAIMER**Todos os artigos, modelos ou informações fornecidos pelo Smartsheet no site são apenas para referência. Embora nos esforcemos para manter as informações atualizadas e corretas, não fazemos representações ou garantias de qualquer tipo, expressas ou implícitos, sobre a completude, precisão, confiabilidade, adequação ou disponibilidade em relação ao site ou às informações, artigos, modelos ou gráficos relacionados contidos no site. Qualquer dependência que você deposita em tais informações está, portanto, estritamente em seu próprio risco. |