

Marketingstratégia sablon

Összefoglaló

Válaszd ki a cég nevét, a vállalat küldetésnyilatkozatát (egy cselekvésen alapuló nyilatkozat, amely kijelenti a szervezet célját és azt, hogy hogyan szolgálják ki ügyfeleiket), a terv rövid magyarázatát – mit szeretnél elérni?

Marketing célok: A márka ismertségének javítása, az értékesítés növelése

A márka ismertsége, vagy más szóval egy termék fogyasztói ismertségének mértéke a termék neve alapján, vagy egyszerűen fogalmazva fontos a siker érdekében, hogy az emberek ismerjék a terméket! Próbáld meg pontosabban meghatározni, hogy mit szeretnél elérni – más szóval, hogy mihez van szükséged a befektetők pénzére.

Megcélzott ügyfelek

Gondold át, hogy ki a potenciális vásárlód. Próbáld meghatározni az életkort, a nemet, a jövedelmet, valamint minden egyéb lényeges jellemzőt, amely fontos lehet (foglalkozás, lakóhely, hobbi, preferenciák...)

Versenytársak elemzése

Ki a versenytársad? Keress más, már a piacon lévő gyártókat, gondold át a termékeiket, és hasonlítsd össze őket a te termékeddel. Miben különböznek? Milyen ügyfeleket céloznak meg már most? Mit jelent ez a te márkád számára?

Mitől nagyszerűek a termékeid (és mitől nem)? (SWOT-elemzés)

Rendezd a gondolataidat! Hogyan válhat a terméked mássá és jobbá a versenytársaidhoz képest? Mik az erősségeid, amelyek miatt a vásárlóknak kedvelniük kellene a terméked? Hol vannak a gyenge pontjaid? Vannak olyan új lehetőségek, amelyeket érdemes lenne

megvizsgálnod? És milyen veszélyek állnak szemben az erőfeszítéseiddel? Végezz egy rövid SWOT-elemzést a márkádról!

Erősségek	Gyengeségek
Lehetőségek	Veszélyek

Az én márkám! A tervezéstől az ügyfeleinkig

A fenti információk és különösen az ügyfelek meghatározása alapján tervezd meg a márkádat. Egyedi stílusra, üzenetre és dizájnrá van szükséged ahhoz, hogy felkeltsd az ügyfelek (és a befektetők) figyelmét.

A legjobb marketing csatorna

Hol reklámozhatod a terméked? Melyik boltok polcáról nem hiányozhat? Röviden javasolj néhány lehetőséget.

Céljaink

Erre a részre ne fordíts sok időt, csak próbálj meg javaslatot tenni arra, hogy milyen célt kellene elérned. Hogyan határozod meg a sikered? Eladott csomagok száma? A márkádat ismerők aránya? Mit gondolsz, mit lehet reálisan elérni?