

مارکتینگ پلن

موسسه فنی و حرفه ای برهان

اصفهان، بلوار آیینه خانه، حدفاصل خیابان هفت دست و خیابان جهانگیر خان قشقایی، پلاک ۱۸۳، آموزشگاه فنی و حرفه ای برهان.

شماره های تماس:

03195021010- 03195022101

ایمیل روابط عمومی:

info@borhantvto.com

چگونه از این قالب استفاده کنیم؟

از این الگو می‌توان برای ایجاد یک برنامه بازاریابی کامل برای مراحل اولیه استفاده کرد. این الگو به شما امکان می‌دهد پاسخ برخی از حیاتی‌ترین سؤالاتی را که برای بازاریابی نیاز دارید، پاسخ دهید و مستند کنید.

مواردی که این طرح بازاریابی پوشش می‌دهد:

۱. محصول
۲. قیمت
۳. مکان
۴. ارتقاء
۵. مردم
۶. فرآیند
۷. برنامه ریزی کنید

در اینجا یک چک لیست سریع برای تبدیل این P ها به بخش‌های واقعی برای یک برنامه بازاریابی قوی وجود دارد:

قسمت	اضافه کردن اطلاعات در مورد
محصول	<ul style="list-style-type: none"> • چه چیزی را تبلیغ می‌کنید یا می‌فروشید؟ • پیشنهاد شما چه تفاوتی با رقبایتان دارد؟ • مشتریان بالقوه شما چه مزایایی از پیشنهادات شما خواهند داشت؟
قیمت	<ul style="list-style-type: none"> • مدل قیمت‌گذاری که برای درآمدزایی اتخاذ می‌کنید چه خواهد بود؟ • مطلوب‌ترین قیمتی که مشتریان شما آماده پرداخت برای پیشنهاد شما هستند چیست؟ • آیا با این قیمت سود یا زیان خواهید داشت؟ • چقدر زود می‌توانید بر اساس استراتژی قیمت‌گذاری‌تان به نتیجه برسید؟
مکان	<ul style="list-style-type: none"> • کجا برای مشتریان خود در دسترس خواهید بود؟ • برای دسترسی بیشتر به مشتریان از کدام کانال‌های توزیع استفاده می‌کنید؟ • چه درصدی از فروش/تبدیل را از کانال‌های توزیع/بازاریابی مختلف انتظار دارید؟
ارتقا	<ul style="list-style-type: none"> • مخاطب هدف شما کیست؟ • چگونه به مخاطبان هدف خود دست خواهید یافت؟ • چه استراتژی‌هایی را برای تبدیل مخاطبان خود به مشتری اتخاذ خواهید کرد؟ • از کدام کانال‌های تبلیغاتی برای تبلیغ پیشنهادات خود استفاده خواهید کرد؟ • چقدر برای تبلیغات و بازاریابی هزینه خواهید کرد؟

<ul style="list-style-type: none"> • ساختار تیم شما برای سه ماهه، سال و بلندمدت آینده چگونه خواهد بود؟ • چگونه اثربخشی بازاریابی را ردیابی خواهید کرد؟ 	
<ul style="list-style-type: none"> • چه کسی بازاریابی را برای شما انجام خواهد داد؟ • در یک منبع به دنبال چه چیزی هستید؟ • چگونه می خواهید برای بازاریابی استخدام کنید؟ • مسئولیت های اصلی و KPI برای تیم شما چه خواهد بود؟ • چگونه KPI/OKR ها را تنظیم می کنید و عملکرد تیم خود را تجزیه و تحلیل می کنید؟ • از چه مقطعی شروع به گسترش تیم می کنید؟ 	مردم
<ul style="list-style-type: none"> • چگونه کمپین های بازاریابی را اجرا خواهید کرد؟ • چه کسی مسئول KPI ها خواهد بود؟ • سفر خریدار شما چگونه است؟ چگونه بازاریابی خود را با سفر خریدار هماهنگ می کنید؟ 	اطلاعات تکمیلی: فرآیند
<ul style="list-style-type: none"> • برای رسیدن به اهداف خود چه تاکتیک های بازاریابی را اتخاذ خواهید کرد؟ • چگونه تاکتیک های مختلف را در مراحل مختلف انتخاب و انتخاب می کنید؟ • در هر مرحله از قیف بازاریابی چه اتفاقی خواهد افتاد؟ • چه کسی مسئول اجرای تاکتیک های است که انتخاب می کنید؟ 	اطلاعات تکمیلی: طرح

Contents

۵	محصول
۷	قیمت
۹	مکان
۱۱	ارتقاء
۱۳	مردم
۱۵	فرآیند
۱۶	برنامه ریزی کنید
۱۸	پیوست
۱۸	یادداشت ها و مراجع

خلاصه اجرایی

برای ارجاع سریع، بینش کل برنامه بازاریابی را در این صفحه خلاصه کنید. این به طور ایده آل باید شامل موارد زیر باشد:

مختصری در مورد محصول شما

شخصیت های مخاطب شما

اهداف و شاخص های کلیدی عملکرد شما

استراتژی بازاریابی و تبلیغات

بودجه

ساختار تیم

محصول

معرفی مختصری در مورد محصول شما

فنی حرفه ای برهان

USP اصلی شما چیست؟

فنی حرفه ای برهان

محصول شما چه مشکلاتی را حل می کند؟ مزایای آن برای مخاطب مورد نظر شما چیست؟

فنی حرفه ای برهان

بیانیه موقعیت شما

Empty rounded rectangular box for writing the statement of position.

وضعیت شما در بین رقبا چگونه است (تحلیل رقبا)؟

Empty rounded rectangular box for writing the analysis of the competitive situation.

فنی رفته ای برهان

قیمت


رقبای شما چگونه از مشتریان پول می‌گیرند؟ مدل درآمدی آنها چیست و چگونه عمل می‌کنند؟



چه مدل قیمت گذاری را برای درآمدزایی اتخاذ خواهید کرد؟



مطلوب ترین قیمتی که مشتریان شما آماده پرداخت برای پیشنهاد شما هستند چیست؟



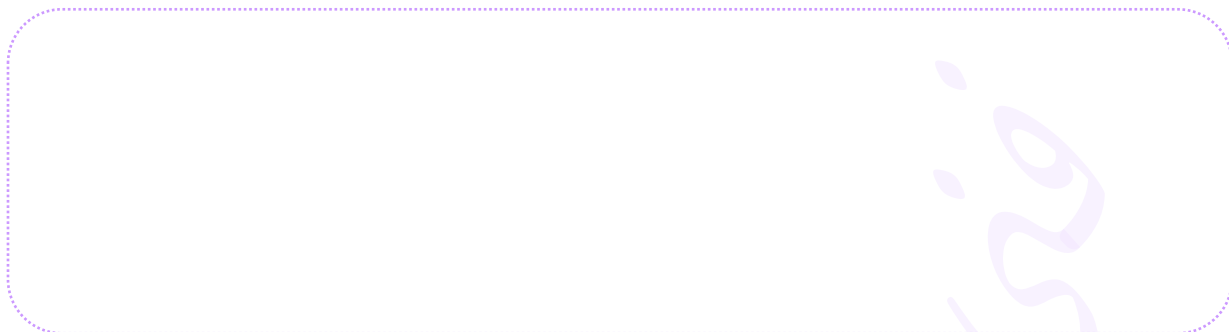
آیا با این قیمت سود یا زیان خواهید داشت؟

چقدر زود می‌توانید بر اساس استراتژی قیمت‌گذاری‌تان به نتیجه برسید؟

فنی حرفه‌ای
پژوهان

مکان

مردم کجا به دنبال شما هستند؟ (آنلاین و آفلاین)



کجا برای مشتریان خود در دسترس خواهید بود؟ (شیوه های کشف یا درگیری)؟



چگونه شما را کشف می کنند؟ (جایگاه شما در سفر خریدار)



برای دسترسی بیشتر به مشتریان از کدام کانال تبلیغاتی استفاده می کنید؟

فنی حرفه ای برهان

ارتقاء

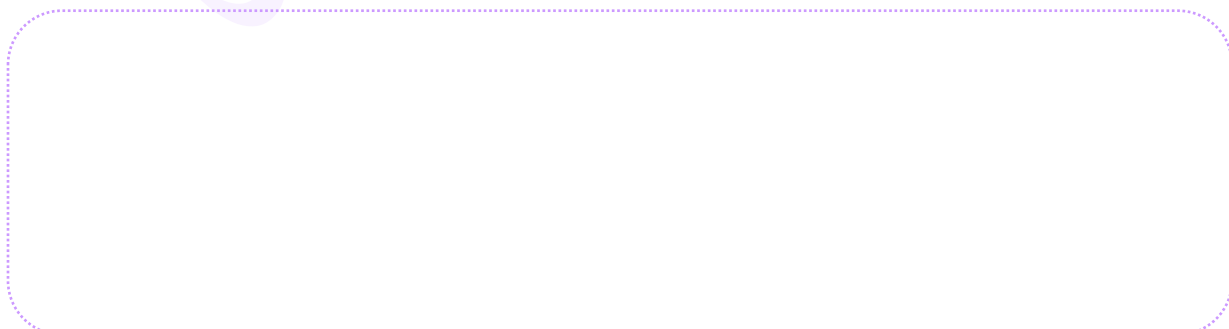
مخاطب هدف شما کیست؟



چگونه به مخاطبان هدف خود دست خواهید یافت؟



چه استراتژی هایی را برای تبدیل مخاطبان خود به مشتری اتخاذ خواهید کرد؟



چقدر برای تبلیغات و بازاریابی هزینه خواهید کرد؟

چگونه اثربخشی بازاریابی را ردیابی خواهید کرد؟

چند درصد موفقیت را از کانال های بازاریابی مختلف انتظار دارید؟

مردم

چه کسی مسئول بازاریابی خواهد بود؟

ساختار تیم شما برای سه ماهه، سال و بلندمدت آینده چگونه خواهد بود؟

چگونه افرادی را برای بازاریابی کسب و کار خود پیدا خواهید کرد؟

مسئولیت های شغلی و شاخص های کلیدی عملکرد برای هر نقش بازاریابی که در کسب و کار خود تعریف می کنید چه خواهد بود؟



فنی حرفه ای برهان

فرآیند

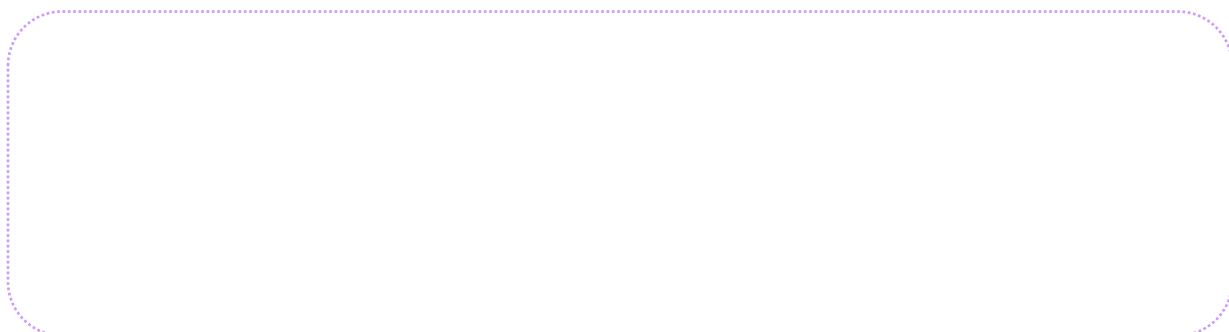
از چه کانال‌های بازاریابی برای جذب بازدیدکنندگان به کیف تبدیل خود استفاده می‌کنید؟



چه استراتژی برای بازاریابی در یک کانال خاص اتخاذ می‌کنید؟



چگونه موفقیت یک کانال بازاریابی را دنبال می‌کنید؟



برنامه ریزی کنید

سفر خریدار برای هر یک از کانال های تبلیغاتی و بازاریابی چگونه خواهد بود؟

فنی حرفه‌ای
پژوهان

چند نقطه تماس قابل کشف را در سفر این خریدار پوشش خواهید داد؟

فنی حرفه‌ای
پژوهان

استراتژی کلان شما بر اساس آمیخته بازاریابی شما (محصول، مکان، قیمت، تبلیغات و افراد) چه خواهد بود؟

فنی حرفه‌ای
پژوهان

از چه ابزارها و راه حل هایی برای کارآمدتر کردن بازاریابی خود استفاده می کنید؟

چگونه ماموریت و اهداف تجاری خود را به وظایف کوچکتر تقسیم می کنید؟ شاخص های کلیدی عملکرد که هر روز برنده ها را با موفقیت در سطح کلان هماهنگ می کنند، چه خواهند بود؟

رویه عملیاتی استاندارد برای کار روزانه به سمت یک هدف چگونه خواهد بود؟

پیوست

شخصیت های مخاطب هدف

تحقیق رقبا

نقش ها و مسئولیت های شغلی

شاخص های کلیدی عملکرد

بودجه و پیش بینی بازاریابی

یادداشت ها و مراجع