# (yrityksen nimi) **Markkinointisuunnitelma**

|  |  |
| --- | --- |
| **Yritys** | **Kuvaile liiketoimintasuunnitelmaasi ja SWOT-analyysiisi perustuen, mitä yrityksesi tuo markkinoille.**  *Mitä sanoisit, jos joku pyytäisi sinua kuvailemaan yritystäsi muutamalla lauseella? Mitä yrityksesi tarjoaa? Mikä tekee siitä ainutlaatuisen? Mikä erottaa sinun yrityksesi muista?* |
| **Tuote** | **Kuvaile tuotettasi tai palveluasi niin, että sisällytät siihen kaikki hyödylliset yksityiskohdat.**  *Mitä tuotteesi tai palvelusi tekee? Mitkä ominaisuudet erottavat sen muista tuotteista markkinoilla?* |
| **Tavoite** | **Mitä toivot saavasi irti markkinointikampanjastasi?**  *Kuvaile yksityiskohtaisesti keinoja, joilla aiot päästä jokaiseen tavoitteeseesi. Tee se niin, että se on mitattavissa ja saavutettavissa. Tällaisia voi olla esimerkiksi tietyt myyntimäärät, uutiskirjeiden tilaajien ja mahdollisten asiakkaiden ennalta määritelty määrä tai sosiaalisen median seuraajien määrä. Muista myös asettaa aikaraja tavoitteillesi.* |
| **Kohderyhmä** | **Palauta mieleesi liiketoimintasuunnitelmasi ja myyntipuheesi, pitchauksesi, ja kuvaile, keitä ovat asiakkaasi (sekä nykyiset että he, joiden toivot tulevaisuudessa olevan asiakkaitasi).**  *Kohderyhmän määrittelyyn vaikuttavia tekijöitä voivat olla esimerkiksi ikä, sukupuoli, tulotaso, ammatti, koulutus, perhesuhteet, maantieteellinen sijainti, harrastukset, kulutuskäyttäytyminen, elämäntavat jne. Tämä auttaa ymmärtämään, mitä nämä asiakkaat haluavat, mitkä ominaisuudet tuotteessa tai palvelussa heitä kiinnostavat ja sitä myöten, miten sinun pitäisi kommunikoida heidän suuntaan.* |
| **Strategia** | **Kuinka ajattelit laajentaa markkinoitasi ja houkutella uusia asiakkaita?**  *Kuinka haluat asiakkaittesi mieltävän tuotteesi tai palvelusi verrattuna kilpailijoihisi: haluatko kilpailla edullisella hinnalla vai tuotteen korkeammalla laadulla?* |
| **Taktiikka** | **Kuinka aiot päästä tavoitteeseesi?**  *Keskity maksimissaan viiteen päätaktiikkaan, kuinka päästä haluttuun tavoitteeseen. Tällaisia voivat olla esimerkiksi sähköpostikampanjat, sosiaalisen median kampanjat, blogin pitäminen ja hakukoneoptimointi tai nettisivujen täydellinen uusiminen.* |
| **Toteutus** | **Kuvaile, mitä markkinointikanavia aiot käyttää markkinoinnissasi?**  *Tutustu erilaisiin kanaviin, jotta voit luoda itsellesi sopivan yhdistelmän. Maksettu media tarkoittaa maksettuja hakukonepaikkoja sekä maksettuja ilmoituksia sosiaalisessa mediassa ja sivustoilla. Omistettu media tarkoittaa nettisivujasi, sosiaalisen median kanaviasi ja uutiskirjeitäsi. Ansaittu media tarkoittaa ilmaista julkisuutta, joita voit saavuttaa arvioiden, tykkäysten, kommenttien, linkkauksien ynnä muiden sellaisten kautta.* |