# (företagets namn) **Marknadsföringsplan**

|  |  |
| --- | --- |
| **Företag** | **Vad kan ditt företag bidra med till marknaden? Basera det på din SWOT och affärsplan.***Vad skulle du säga om någon ber dig att beskriva ditt företag i några meningar? Vad erbjuder ditt företag? Vad gör ditt företag unikt? Vad kan du erbjuda som andra företag inte har?* |
| **Produkt** | **Beskriv din produkt/tjänst och inkludera alla fördelaktiga detaljer.***Vad erbjuder din produkt eller tjänst? Vilka kvaliteter skiljer dig från övriga på marknaden?* |
| **Målsättning** | **Vad vill du få ut av marknadsföringskampanjen?***Beskriv dina mål och vad du planerar att göra för att nå dina målsättningar. Var specifik och gör det lätt att mäta. Det kan handla om att nå en viss försäljning, skaffa ett visst antal e-postprenumerationer eller följare på sociala medier. Kom ihåg att ha en deadline för dina målsättningar.* |
| **Målgrupp** | **Tänk på din affärsplan och pitch och beskriv dina kunder – både nuvarande och dem du vill nå i framtiden.***Beakta faktorer såsom ålder, kön, inkomster, yrke, utbildning, familj, geografi, hobbyer, konsumentbeteende, livsstil osv. Det här hjälper dig att förstå vad kunderna vill ha och vilka produkter eller tjänster de är intresserade av samt hur du ska kommunicera med dem.* |
| **Strategi** | **Vad ska du göra för att utvidga din marknad och locka nya kunder?***Hur vill du att dina kunder ska uppfatta din produkt eller tjänst jämfört med dina konkurrenter: Planerar du att var ledare inom lågprisförsäljningen eller erbjuder en exklusiv/nischad produkt/tjänst?* |
| **Taktik** | **Hur når du ditt mål?***Fokusera på max 5 huvudtaktiker för att nå ditt förväntade resultat. Det här kan innebära e-postkampanjer, kampanjer på sociala medier, bloggar, förbättrad sökmotoroptimering för ditt webbinnehåll eller en fullständig makeover av din webbsida.* |
| **Verkställande** | **Beskriv vilka marknadsföringskanaler du ska använda för din kampanj***Bekanta dig med de olika kanalerna för ditt innehåll så att du kan skapa rätt mix. ”Betalda” medier inkluderar betalda sökmotorer och betald marknadsföring. ”Ägd” media inkluderar din webbsida, kanaler i sociala medier och nyhetsbrev. ”Förtjänad” media är den gratis synlighet du lyckats få via recensioner, gillningar, kommentarer, länkar osv.*  |