**营销计划概要**

**1.市场研究**
收集、组织和记录有关当前正在购买您将要销售的产品或服务的市场的数据。（从现在开始，我们将您的产品或服务称为“产品”。）要考虑的一些方面有：

* 市场动态、模式（含季节性）
* 客户 - 人口统计、细分市场、目标市场、需求、购买决定
* 产品 - 现有产品、竞争对手的产品
* 行业当前销售额
* 行业基准
* 供应商 - 您需要依靠的供货商

**2.目标市场**
查找产品的利基市场或目标市场并进行描述。

**3.产品**
描述您的产品。您的产品与市场有何关系？您的市场需要什么，它们当前使用什么，除当前使用之外还需要什么？

**4.竞争**
描述您的竞争。制定您的“独特销售主张”。 什么使您在竞争中脱颖而出？您的竞争对品牌有何影响？

**5.使命宣言**
写几句陈述如下内容的话：

* “主要市场” - 您要向谁销售
* “贡献” - 您要销售什么
* “与众不同” - 您的独特销售主张

**6.市场策略**写下您要使用或至少考虑使用的营销和促销策略。要考虑的策略：

* 网络 - 进入您的市场所在地
* 直接营销 - 销售信函、小册子、传单
* 广告 - 印刷媒体、目录
* 培训计划 - 提高知名度
* 写文章，提供建议，成为知名专家
* 直接/个人销售
* 宣传/新闻发布
* 贸易展览会
* 网站

**7.定价、定位和品牌**
根据您收集的信息，建立决定产品价格、产品在市场中的定位以及如何实现品牌知名度的策略。

**8.预算**
根据您的钱做预算。您可以承受哪些策略？您可以在公司内部做什么，需要外包什么。

**9.营销目标**
建立可量化的营销目标。这表明您可以将目标变成数字。例如，您的目标可能是至少赢得30个新客户或每周销售10件产品，或者今年收入增加30%。您的目标可能包括销售、利润或客户满意度。

**10.监控结果**
测试和分析。确定行之有效的策略。

* 调查客户
* 跟踪销售、销售线索、您网站的访问者、销售占展示次数的百分比