

## 营销计划指南

### 良好营销计划的关键要素

#### 1. 可衡量的目标

- 您今年想实现什么目标？
  - ✓ 年销售额
  - ✓ 净收入
  - ✓ 客户数
  - ✓ 衡量成功的其他方法？
- 您想在3-5年内实现什么目标？
  - ✓ 回头客的持续客户数据库
  - ✓ 年增长率为xx%
- 谁负责营销/销售目标？
- 谁负责营销/销售实施？

#### 2. 市场分析

- 研究您的行业/环境
  - ✓ 您的行业规模有多大？
  - ✓ 有多少潜在客户？
  - ✓ 经济发展趋势如何影响客户的购买决定？
  - ✓ 竞争对手具有哪些独特能力？
- 研究您的客户
  - ✓ 您如何确定理想客户？（谁最常购买？）
  - ✓ 您的目标市场是什么？（年龄、性别、收入、地理位置？）
  - ✓ 谁购买您的产品？（谁是决策者？）
  - ✓ 他们何时会购买您的产品？（按季节？一周7天每天24小时全天候？）
  - ✓ 他们将在哪里寻找您的产品？线上？零售店？产品目录？
  - ✓ 他们想从谁那里购买您的产品？（所有者、销售代表、分销商、电子商务网站？）
- 研究您的竞争对手
  - ✓ 您的直接竞争对手是谁？
  - ✓ 您的间接竞争对手是谁？
  - ✓ 评估竞争对手在关键领域（质量、客户服务、价格/价值、地点、便利性、速度、可靠性）的直接和间接优势和劣势
  - ✓ 评估您自己公司- 做SWOT分析。将自己与竞争对手进行比较。利用您的优势。

- 优势
- 劣势
- 机会
- 威胁

### 3. 营销策略

- 制定结合了您的目标、基于您的优势并提升独特竞争优势的策略。建立营销组合，为您的目标客户提供最佳服务。将您的产品融入客户脑海中。为什么客户应该从您而不是竞争对手那里购买？
  - ✓ 产品：从客户的角度描述产品。对他们有何益处？您的产品有什么优点和特点？
  - ✓ 价格：制定价格，以便战略性地实现业务目标，同时对客户的动机保持敏感度。
    - 基于费用：涵盖您的费用
    - 行情：跟随市场领导者
    - 形象定价：您的产品独一无二
    - 服务定价：您的产品非常便利
    - 起步缓慢：努力建立客户忠诚度
    - 亏本销售定价：通过降低定价来增加流量
  - ✓ 地点：确定将产品推向客户的最有效方法
    - 运输、电子转账、个人交付、零售等.....
  - ✓ 促销：根据您的目标客户听到和看到的内容（互联网、收音机、电视、印刷品、广告牌等）确定促销工具.....
    - 宣传：新闻发布、成功案例、组织成员、社区活动
    - 广告：电子媒体（网站、电子邮件、社交媒体、收音机、电视）和印刷媒体（报纸、杂志、手册、直邮、新闻简报、信笺，名片）

### 4. 实施时间表和预算

- 为何时使用不同的广告和宣传方法创建时间轴。
- 准备成本估算。要实现所需结果，您能负担得起什么？
- 跟踪结果并进行变更以改进结果。