



## Marknadsföringsplan

1. Marknadsföringsmål – Vad vill vi göra? Vad vill vi uppnå? Vilka SMARTA MÅL vill vi sätta?
2. Produkt – Vad säljer vi? Vilka behov tillfredsställer vi? Hur produktutvecklar vi?
3. Marknad och Konkurrenter – Hur ser de ut och hur placerar vi oss i jämförelse med dem.
4. Målgrupp – Vilka är våra höglojala, lojala och ickelojala grupper, hur uppför de sig, vilka behov tillfredsställer vi hos dem och hur når vi dem?
5. Budskap – Vad skall vi berätta? Vilka säljer vi till, vilka kan vi skicka information till?
6. Temperatur – Vilken språktemperatur skall budskapet ha och varför?
7. Bearbetningsteknik – Vilken bearbetning passar bäst? Hur och när når vi våra målgrupper bäst? Direktmarknadsföring eller massmarknadsföring?
8. Kanaler och media – Vilka kanaler skall vi använda för att nå så många ur målgruppen/målgrupperna som möjligt?
9. Pressbearbetning, se pressplan.
10. Mätningar – Vad skall vi mäta, varför, när och vad gör vi med resultatet?
11. Ekonomistyrning – Hur håller vi budget, vilka kontrollpunkter och uppföljningar skall vi planera in? Vad gör vi om ngt går fel? När vet vi att våra insatser har betalat sig?
12. Ansvar och kostnader – Vem gör vad? Vilka kostnader innefattar vår planering?
13. Utvärdering – Varför utvärderar vi och vad skall vi ha informationen till. Skilj på utvärdering för att "rensa luften" och en utvärdering som är kopplad till målen.