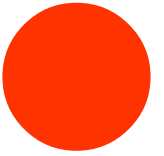
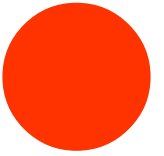


Utbildning i marknadsföring Biografcentralen 2015



Logga in





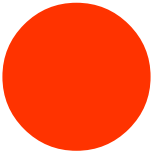
Uppgift till idag

- Bestäm vilken bok du/ni vill ha
- Gå in på ungdomsbarometern.se och gör livsstilstestet
- Läs texten på hemsidan om "Koll på Kunden"
- Reflektera enskilt och tillsammans
- Vilka mål vill du sätta med kursen?
- Identifiera vilka du vill nå, vilka verkliga behov de har, vilka typer de är och hur du ska nå dem
- Identifiera vad du vill göra som projekt och vad du vill att det ska leda till
- Förbered en projektplan som beskriver vad du vill göra, hur och när.

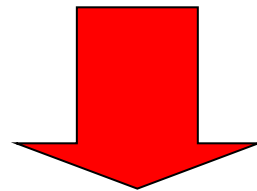
Vilka delar innehåller marknadsplanen?



Vilka delar innehåller marknadsplanen?

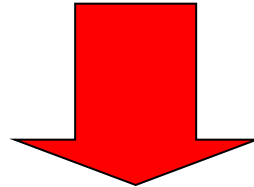
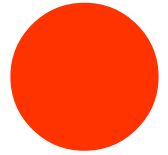


Omvärldsanalys
Marknadsanalys
Konkurrensanalys

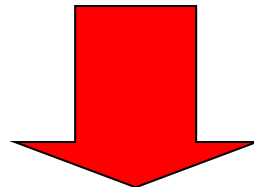


Slutsatser

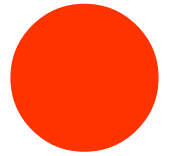
Vilka delar innehåller marknadsplanen?



**Slutsatser+ SWOT analys
= situationsanalys**



Vilka delar innehåller marknadsplanen?



1 Marknadsföringsmål (SMARTA)

Specifika

Mätbara

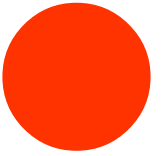
Aktuella

Realistiska

Tidssatta

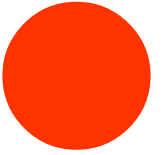
Accepterade

Vilka delar innehåller marknadsplanen?



2 Produkt
Vad säljer vi?
Vilka behov uppfyller vi?

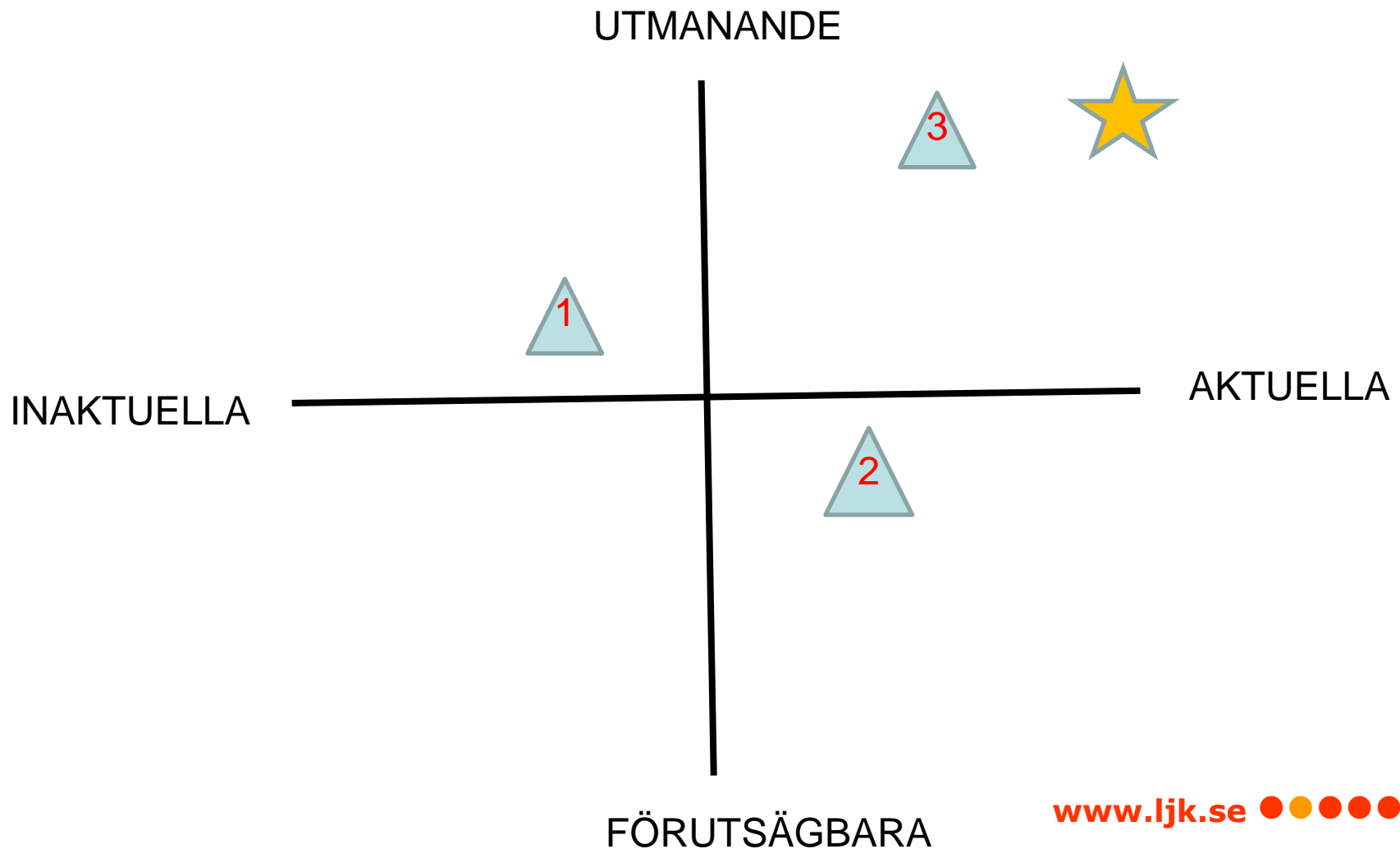
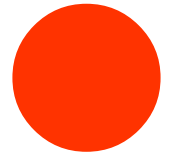
Vilka delar innehåller marknadsplanen?



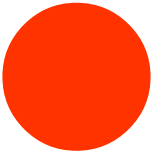
3 Positionering

Hur ser våra konkurrenter ut och hur placerar vi oss i förhållande till dem?

Vilka delar innehåller marknadsplanen?



Vilka delar innehåller marknadsplanen?

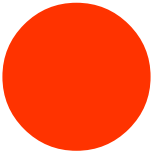


4 Målgrupp Vilka är de?

Kategorisering och segmentering
Vilka behov uppfyller vi hos dem?



Segmentering av dina målgrupper



Målgruppsmodeller

Funktionell målgruppsbeskrivning

- **lärare, läkare, dansare, barnfamiljer etc**

Formell målgruppsbeskrivning

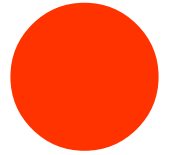
Beskriver ofta individer i socioekonomiska termer som

- **kön, ålder, inkomst, bostadsort, civilstånd osv**

Psykologisk/Psykografisk/livsstils målgruppsbeskrivning

- **Utgår ifrån värderingar, känslor och drivkrafter som ligger bakom målgruppens sätt att tänka och resonera.**

Vilka delar innehåller marknadsplanen?



4 Målgrupp

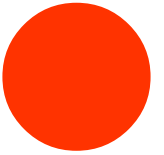
Vad skall vi berätta för dem?

Hur formulerar vi budskapet utifrån målgruppen?

Kommunikationsmål

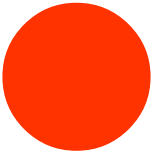
Hur kontrollerar vi tilltalet?

Vilka delar innehåller marknadsplanen?



4 Målgrupp

**Hur når vi dem? Vilken bearbetningsteknik passar bäst?
Vilka kanaler skall vi använda?**

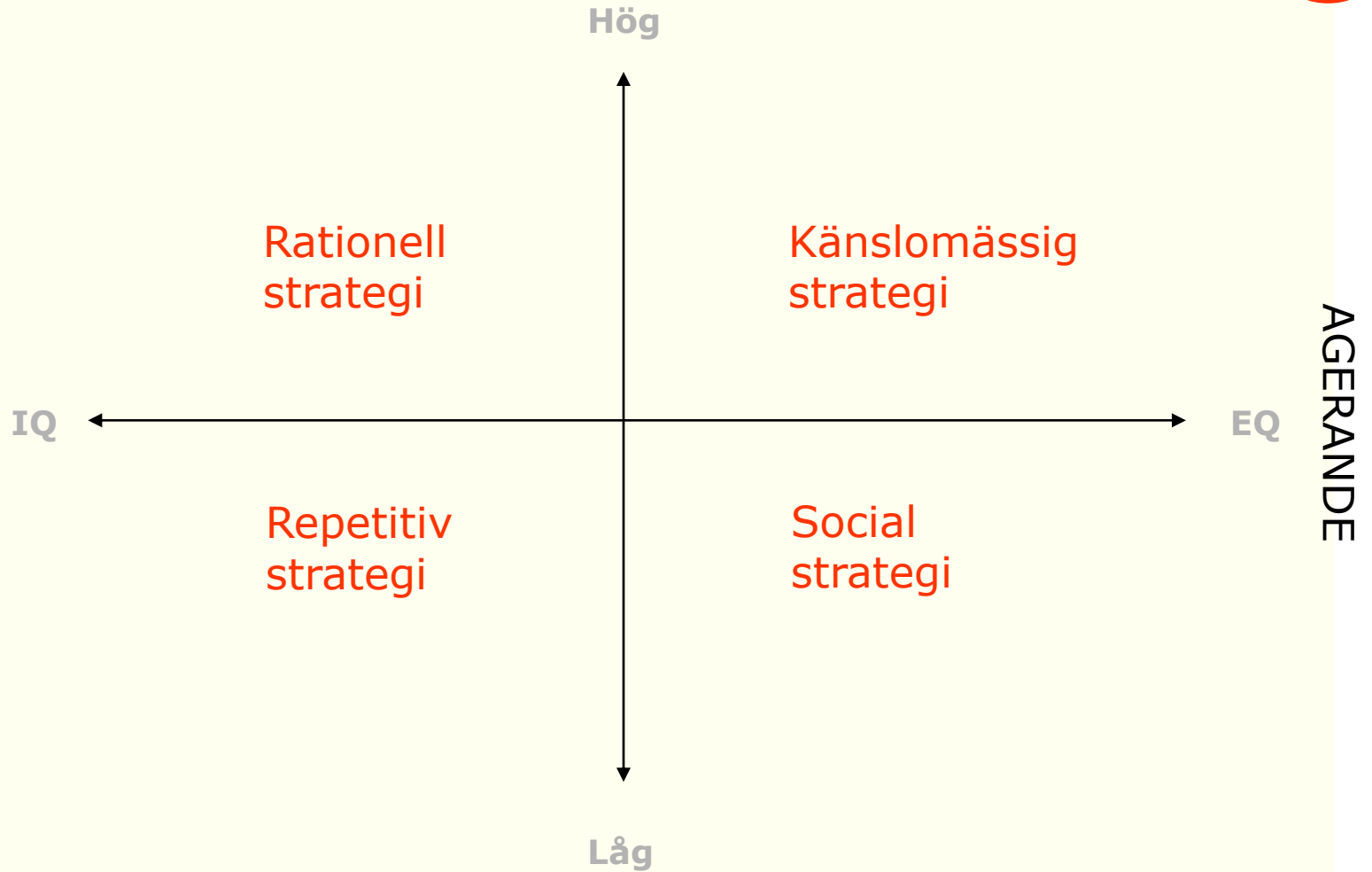
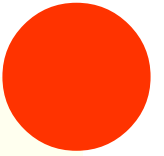


Strategier för kommunikation

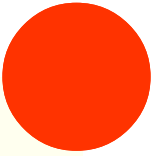
Motivation hög eller låg

Agerande IQ (rationellt) eller EQ (emotionellt)

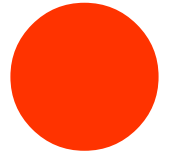
MOTIVATION



MOTIVATION



Vilka delar innehåller marknadsplanen?



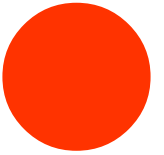
5 Ekonomistyrning

Kontrollpunkter och uppföljningar?

Backup plan?

När har våra insatser betalat sig?

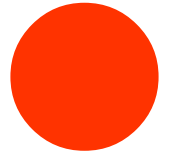
Vilka delar innehåller marknadsplanen?



6 Mätningar

Vad skall vi mäta, varför, när och vad gör vi med resultatet?

Vilka delar innehåller marknadsplanen?



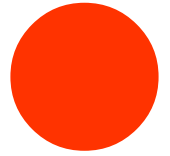
7 Ansvar

Vem gör vad?

Förväntningar och roller?

Avstämningsmöten?

Vilka delar innehåller marknadsplanen?

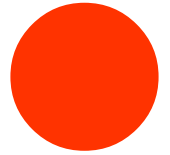


8 Utvärdering

Vad tar vi med oss till nästa projekt?

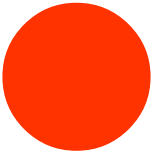
Skilj på "rensa luften" och en utvärdering som är kopplad till målen.

Vilka delar innehåller marknadsplanen?



9 Tidplan

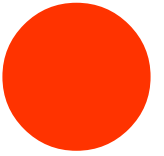
Innefattar ekonomi, aktiviteter, ansvariga, avstämningar och förväntade resultat.



Uppgift till nästa gång

- Titta efter vilken strategi reklamakare jobbat efter i annonser och reklamfilmer.
- Ni som har marknadsföring i en ny tid – läs kapitel tre
- Ni som har praktisk marknadsföring – läs kapitel ett
- Alla – läs sociala medier SO12014 (finns på ljk.se)
- Reflektera enskilt och tillsammans med kollegor/facebook eller varandra
- Färdigställ din plan för ditt projekt

Reflektion



Tack för idag!

www.facebook.com/loredanajelmini

www.twitter.com/loredanajelmini



www.ljk.se ●●●●●