



Marknadsföringsplan

1. Marknadsföringsmål – Vad vill vi göra? Vad vill vi uppnå? Vilka SMARTA MÅL vill vi sätta?
2. Målgrupp – Vilka är våra höglojala, lojala och ickelojala grupper, hur uppför de sig, vilka behov tillfredsställer vi hos dem och hur når vi dem?
3. Vilka är våra intressenter? Vilka behöver vi vara i kontakt med och vilka behöver vi bevaka?
4. Produkt – Vad säljer vi? Vilka behov tillfredsställer vi, hos vilka målgrupper?
5. Marknad och Konkurrenter – Hur ser de ut och hur placerar vi oss i jämförelse med dem. Vad gör oss unika?
6. Budskap – Vad skall vi berätta? Vilka säljer vi till, vilka kan vi skicka information till?
7. Temperatur – Vilken språktemperatur skall budskapet ha och varför?
8. Kanaler och media – Vilka kanaler skall vi använda för att nå så många ur målgruppen/målgrupperna som möjligt?
9. Pressbearbetning, hur och när interagerar vi med media?
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.