**محل لوگو شرکت**

**خلاصه**

* استراتژی بازار شما، اهداف شما و نحوه دستیابی به آنها؛
* بازار هدف شما، اندازه آن، مشتریان و رقبا؛
* کانال های دسترسی به مشتریان هدف شما؛
* طرح اجرا؛

**استراتژی بازاریابی**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ارزش پیشنهادی |  | هفت P بازاریابی |  | روش ورود به بازار |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Product** |  | **Price** |  | **Promotion** |  | **Place** |  | **People** |  | **Process** |  | **Physical evidence** |

**اهداف بازاریابی**

اهداف کلیدی بازاریابی کسب و کار خود را فهرست کنید. حداقل باید سه هدف و در حالت ایده آل بیش از شش هدف وجود داشته باشد. اهداف باید SMART باشند: خاص، قابل اندازه گیری، قابل دستیابی، واقع بینانه و به موقع.

|  |  |
| --- | --- |
| **اهداف بازاریابی** | ▼ |
|  | 1 |
|  | 2 |
|  | 3 |
|  | 4 |
|  | 5 |
|  | 6 |

**بازار هدف**

بازار هدف خود و همچنین اندازه و ویژگی های هر بخش در آن بازار را شرح دهید. از هر تحقیق اولیه بازاری که انجام داده اید، مانند نظرسنجی مشتریان، و هر تحقیق ثانویه ای که به آن دسترسی داشته اید، استفاده کنید.

|  |  |
| --- | --- |
| **بازار هدف** | ▼ |
|  | 1 |
|  | 2 |
|  | 3 |
|  | 4 |
|  | 5 |
|  | 6 |
|  | 7 |

**پروفایل های مشتری**

نمایه‌هایی از نوع مشتریانی را که هدف قرار داده‌اید بگنجانید. در هر مورد، ارائه دهید.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| نوع مشتری | جمعیت شناسی  جنسیت، سن، گروه بندی اجتماعی-اقتصادی، مشاغل، موقعیت مکانی و غیره. | عادات خرید  کنترل بر تصمیمات خرید ، رفتار خرید قبلی در مقابل افرادی که بر تصمیمات خرید تأثیر می گذارند. | انگیزه ها  معیارهای انتخاب محصول/خدمت. | نقاط تماس  نقاط تماس با مشتریان |
| xxx | xxx | xxx | xxx | xxx |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

**تجزیه و تحلیل رقبا**

شما باید جزئیات رقبای اصلی خود را درج کنید و محصول یا خدمات خود را با آن رقبا مقایسه کنید. شما باید مزیت های رقابتی را که فکر می کنید محصول یا خدمات شما در برابر این رقبا دارد شناسایی کنید.

**کانال های بازار**

کانال‌هایی را که پیشنهاد می‌کنید برای دستیابی و تأثیرگذاری بر مخاطبان هدف خود استفاده کنید، مشخص کنید. خلاصه ای از فعالیت های بازاریابی و ارتباطاتی را که پیشنهاد می کنید در طول دوره انجام دهید، ارائه دهید.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| کانال | مخاطبان هدف | فعالیت بازار/ارتباطات |
| [وارد کانال 1 شوید] |  |  |
| [وارد کانال 2 شوید] |  |  |
| [وارد کانال 3 شوید] |  |  |
| [وارد کانال 4 شوید] |  |  |
| [وارد کانال 5 شوید] |  |  |
| [وارد کانال 6 شوید] |  |  |

**پیاده سازی**

* طیف وسیعی از اقداماتی که برای دستیابی به این اهداف مورد نیاز است را فهرست کنید
* معیارهایی را فهرست کنید که هدف توسط آنها اندازه گیری می شود
* تعیین بودجه مورد نیاز؛ بازه زمانی را مشخص کنید.. مشخص کنید چه کسی مسئول این عمل خواهد بود.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| اهداف | معیارهای | بودجه | دوره زمانی | مسئوليت |
| [هدف 1 را وارد کنید] | xxx | xxx | xxx | xxx |
| [هدف 2 را وارد کنید] |  |  |  |  |
| [هدف 3 را وارد کنید] |  |  |  |  |
| [هدف 4 را وارد کنید] |  |  |  |  |
| [هدف 5 را وارد کنید] |  |  |  |  |
| [هدف 6 را وارد کنید] |  |  |  |  |

**یادداشت ها:**