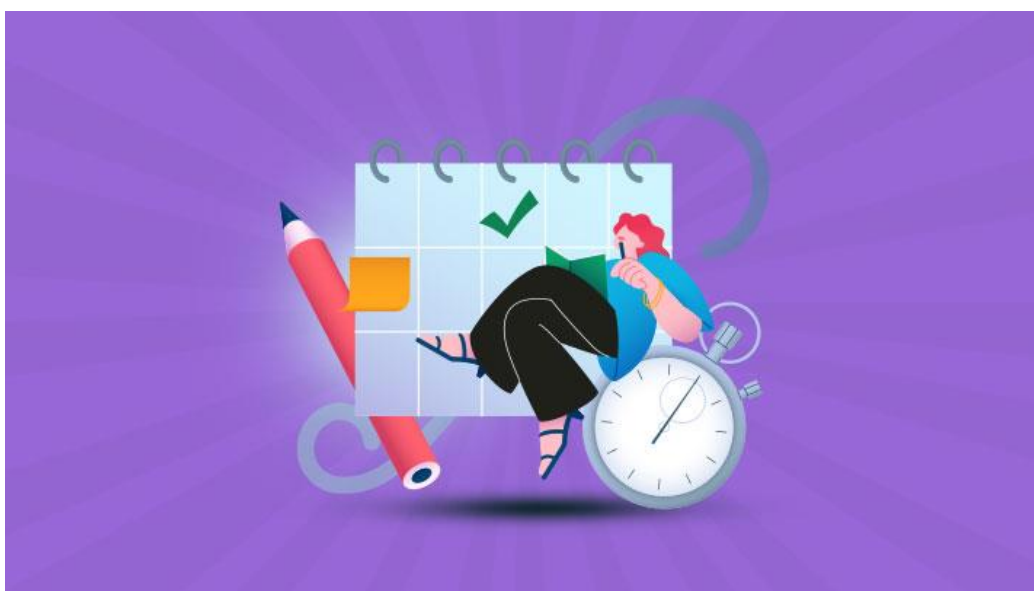


راست چیت
RTL-THEME



نمونه برنامه بازاریابی

در اینجا تصویر مرتبط یا لوگوی شرکت را قرار
دهید]

نام شرکت برنامه بازاریابی

هدف ما

هدف از برنامه بازاریابی، خلاصه‌سازی نقش دیپارتمان بازاریابی در رشد کسب‌وکار است. این بیانیه باید بازتاب‌دهنده استراتژی کلی شرکت باشد که در بخش‌های بعدی به تفصیل توضیح داده شده است.

نویسندگان سند

- نام و نام خانوادگی
آدرس ایمیل
- نام و نام خانوادگی
آدرس ایمیل

[در اینجا تصویر دلخواه خود را قرار دهید]

فهرست مطالب

خلاصه کسب و کار

ابتکارات تجاری

بازار هدف

استراتژی بازاریابی

بودجه

کانال‌های بازاریابی

فناوری‌های بازاریابی

خلاصه کسب‌وکار

معرفی شرکت

[نام شرکت] شرکتی است که دفتر مرکزی آن در [محل مقرا] واقع شده و دارای دفاتری در [مکان‌های دفاتر اقماری] است. ماموریت اصلی این شرکت [بیانیه ماموریت] می‌باشد.

رهبران بازاریابی ما

- [رهبر بازاریابی 1] - [سمت سازمانی]
توضیح مختصری از وظایف شغلی و مسئولیت‌های این نقش.
- [رهبر بازاریابی 2] - [سمت سازمانی]
توضیح مختصری از وظایف شغلی و مسئولیت‌های این نقش.
- [رهبر بازاریابی 3] - [سمت سازمانی]
توضیح مختصری از وظایف شغلی و مسئولیت‌های این نقش.

نکته
حرفه‌ای

شاید بخواهید به برخی از ویژگی‌های برجسته تیم رهبری بازاریابی خود اشاره کنید، مانند تحصیلات، سال‌ها تجربه، یا تخصص‌های خاص. همچنین می‌توانید عکس‌های پرسنل را اضافه کنید تا معرفی بهتری داشته باشید.

تحلیل SWOT

به عنوان تیم بازاریابی شرکت [نام شرکت]، هدف ما این است که به برند کمک کنیم تا بر عملکردهای موفق خود تکیه کند، نقاط ضعف را بهبود بخشد، روی فرصت‌های جدید سرمایه‌گذاری کند و از خود در برابر تهدیدات احتمالی محافظت نماید. با این رویکرد، تحلیل SWOT ما برای [سال جاری] به شرح زیر ارائه شده است.

نقاط ضعف

چه چیزهایی را باید درست کنیم؟
چه چیزهایی را باید تقویت کنیم؟
چه چیزهایی هست که می‌خواهیم در آن‌ها کارا تر شویم؟
[نقاط ضعف را اینجا وارد کنید]

نقاط قوت

در چه چیزهایی خوب عمل می‌کنیم؟
چه فعالیت‌هایی خوب جواب می‌دهد؟
مشتریان در خصوص ما چه چیزی را دوست دارند؟
[نقاط قوت را اینجا وارد کنید]

تهدیدها

چه چیزی ممکن است مانع رشد ما شود؟
چه کسی ممکن است مشتریان ما را با خود ببرد؟

[تهدیدها را اینجا وارد کنید]

فرصت‌ها

چه چیزهایی در صنعت به زودی مورد نیاز خواهد بود؟
فکر می‌کنیم در چه حوزه‌هایی خوب عمل کنیم؟
چه چیزی متمایز کننده ما خواهد بود؟

[فرصت‌ها را اینجا وارد کنید]

ابتکارات کسب و کاری

شرکت [نام شرکت] اهداف بلندپروازانه [اهداف فراگیر شرکت] را دنبال می کند. برای کمک به کسب و کار در انجام آن، تیم بازاریابی ما ابتکارات زیر را در [سال جاری] دنبال خواهد کرد:

ابتکار 1

شرح	[مثال: در طی 12 ماه آینده، بر روی ساخت یک ویژگی در وبلاگ کار خواهیم کرد که به منبعی برای سؤالات مهم مشتریانمان تبدیل شود - و منبع شماره یک سرنخ های فروش ماهانه ما در هر ماه]
هدف	[مثال: افزایش رتبه وبسایت در گوگل و ایجاد محتوایی مهم و موثر برای بازاریابی که به تیم فروش کمک می کند مکالمات بیشتری را با مشتریان بالقوه داشته باشند]
سنجه های اندازه گیری موفقیت	[مثال: داشتن 000,50 بازدید ارگانیک از صفحه در ماه و 10 دانلود محتوی در ماه]

ابتکار 2

شرح	[مثال: در طی 12 ماه آینده، بر روی ساخت یک ویژگی در وبلاگ کار خواهیم کرد که به منبعی برای سؤالات مهم مشتریانمان تبدیل شود - و منبع شماره یک سرنخ های فروش ماهانه ما در هر ماه]
هدف	[مثال: افزایش رتبه وبسایت در گوگل و ایجاد محتوایی مهم و موثر برای بازاریابی که به تیم فروش کمک می کند مکالمات بیشتری را با مشتریان بالقوه داشته باشند]

**سنجه های اندازه گیری
موفقيت**

[مثال: داشتن 000،50 بازدید ارگانیک از صفحه در ماه و 10 دانلود
محتوی در ماه]

ابتکار 3

شرح

[مثال: در طی 12 ماه آینده، بر روی ساخت یک ویژگی در وبلاگ کار
خواهیم کرد که به منبعی برای سؤالات مهم مشتریانمان تبدیل شود -
و منبع شماره یک سرخ های فروش ماهانه ما در هر ماه]

هدف

[مثال: افزایش رتبه وبسایت در گوگل و ایجاد محتوایی مهم و موثر
برای بازاریابی که به تیم فروش کمک می کند مکالمات بیشتری را با
مشتریان بالقوه داشته باشند]

**سنجه های اندازه گیری
موفقيت**

[مثال: داشتن 000،50 بازدید ارگانیک از صفحه در ماه و 10 دانلود
محتوی در ماه]

بازار هدف

صنایع

در سال [سال جاری]، صنایع زیر را برای فروش محصول و دسترسی به مشتریان هدف قرار می دهیم:

این بخش شامل [صنایع فرعی که ممکن است کسب و کار شما بخش های خاصی از مخاطبان را در آنها هدف قرار دهد] می شود. [مثال: صنعت 1: غذا و نوشیدنی. این شامل بار و کبابی، نوشابه سازی، خانه استیک و غیره است.]

صنعت 1

این بخش شامل [صنایع فرعی که ممکن است کسب و کار شما بخش های خاصی از مخاطبان را در آنها هدف قرار دهد] می شود. [مثال: صنعت 1: غذا و نوشیدنی. این شامل بار و کبابی، نوشابه سازی، خانه استیک و غیره است.]

صنعت 2

پرسونای مشتری

در بازار(های) هدف خود، پرسوناهاى مشتری زیر را برای رسیدن به مشتریان ایده آل خود شناسایی کرده ایم:

این بخش شامل [صنایع فرعی که ممکن است کسب و کار شما بخش های خاصی از مخاطبان را در آنها هدف قرار دهد] می شود. [مثال: صنعت 1: غذا و نوشیدنی. این شامل بار و کبابی، نوشابه سازی، خانه استیک و غیره است.]

پرسونای مشتری 1

این بخش شامل [صنایع فرعی که ممکن است کسب و کار شما بخش های خاصی از مخاطبان را در آنها هدف قرار دهد] می شود. [مثال: صنعت 1: غذا و نوشیدنی. این شامل بار و کبابی، نوشابه سازی، خانه استیک و غیره است.]

پرسونای
مشتری 2

تحلیل رقابتی

در بازار(های) هدف، انتظار رقابت با شرکت های زیر را داریم:

[محصول/خدمات این رقیب، کارهایی که انجام می دهد و کارهایی که ممکن است بهتر از شما انجام دهد]
[مثال: این رقیب وبلاگی دارد که برای بسیاری از کلمات کلیدی مشابهی که می خواهیم محتوا را روی آن بنویسیم، در گوگل رتبه بالایی دارد]

محصولاتی که ما با آنها رقابت می کنیم
راه های دیگر رقابت ما

شرکت اول

استراتژی بازار

محصول

[محصولاتی را که با آنها وارد بازار هدفی که در قسمت‌های قبل توضیح داده‌اید، می‌شوید را توصیف کنید. چگونه این محصول چالش‌های شرح داده شده در توضیحات پرسونای مشتری را حل می‌کند؟ چه چیزی این محصول را از رقبای شما متمایز یا قابل رقابت با رقبا می‌کند؟ محصولات ما با ویژگی‌هایی همچون عملکرد قوی، قابلیت سفارشی‌سازی بالا و پشتیبانی حرفه‌ای از رقبا متمایز می‌شوند. این محصولات به گونه‌ای طراحی شده‌اند که نیازهای خاص مشتریان را پوشش دهند و تجربه کاربری بهتری ارائه کنند.]

قیمت

[این محصول را به چه قیمتی می‌فروشید؟ آیا رقابتی است؟ درخصوص بودجه مشتریان خود واقع‌بین هستید؟ آیا برای این محصول تبلیغات/تخفیف فصلی اجرا خواهید کرد؟ محصولات ما با قیمت‌هایی رقابتی و متناسب با بودجه مشتریان ارائه می‌شوند. همچنین تخفیف‌های فصلی و پیشنهادات ویژه در نظر گرفته‌ایم.]

ترویج

[چگونه این محصول را تبلیغ خواهید کرد؟ عمیق‌تر از گزینه‌های وبلاگ یا کانال‌های رسانه‌های اجتماعی خود فکر کنید. چه چیزی در مورد این محتوا باعث ایجاد ارزش در محصول شما می‌شود؟ ما از استراتژی‌های متنوعی مثل همکاری با اینفلوئنسرها، کمپین‌های ایمیلی و برنامه‌های وفاداری استفاده می‌کنیم تا محصول را تبلیغ کرده و به مشتریان ارتباط نزدیک‌تری برقرار کنیم.]

مردم

[چه افرادی در دپارتمان بازاریابی در استراتژی بازار شما نقش دارند؟ توصیف کنید که هر یک از آنها یا هر تیم چه کاری انجام خواهند داد تا استراتژی بازار شما را به موفقیت برساند. تیم ما شامل افراد متخصص در تحلیل بازار، مدیریت کمپین‌ها و تولید محتوا است که هر کدام نقش حیاتی در موفقیت استراتژی ایفا می‌کنند.]

روند

[محصول چگونه به مشتری شما تحویل داده می‌شود؟ آیا این یک خدمات دائمی است؟ چگونه از موفقیت آنها در استفاده از محصول‌تان حمایت خواهید کرد؟ محصول ما به شیوه‌ای آسان و شفاف به مشتری تحویل داده می‌شود و پشتیبانی دائمی و خدمات پس از فروش نیز در دسترس است تا مشتریان از محصول به بهترین شکل استفاده کنند.]

شواهد فیزیکی

[محصول شما در کجا نمایش داده می‌شود؟ اگر یک محصول نامشهود را بفروشید، مشتریان چگونه شواهد قابل رویتی از کسب و کار شما ایجاد می‌کنند؟ محصولات ما از طریق فروشگاه‌های آنلاین معتبر نمایش داده می‌شوند و برای محصولات نامشهود، نظرات مشتریان و پروژه‌های موفق به عنوان شواهد معتبر استفاده می‌شود]

کانال های بازاریابی

در طول [سال جاری]، استفاده از کانال های زیر را برای آموزش مشتریانمان، ایجاد سرنخ و توسعه آگاهی از برند راه اندازی می کنیم/افزایش خواهیم داد:

[وبسایت/ کانال توزیع 1]

[مثال: آگاهی از برند]

هدف کانال

سنجه های اندازه گیری موفقیت [به عنوان مثال: 50000 بازدید از صفحه منحصر به فرد در ماه]

[شبکه اجتماعی 1]

[مثال: آگاهی از برند]

هدف کانال

سنجه های اندازه گیری موفقیت [به عنوان مثال: 50000 بازدید از صفحه منحصر به فرد در ماه]

فناوری بازاریابی

ما از مجموعه‌ای از فناوری‌ها و نرم‌افزارهای زیر برای دستیابی به اهداف بازاریابی خود استفاده می‌کنیم:

CRM بازاریابی

[نام CRM مورد استفاده خود را ذکر کنید و به طور خلاصه نحوه استفاده از آن را توضیح دهید. این CRM به ما کمک می‌کند تا روابط مشتریان را مدیریت کرده و بهینه‌سازی ارتباطات و تعاملات مشتریان با شرکت را انجام دهیم].

نرم افزار بازاریابی ایمیلی

[نام نرم‌افزار ایمیل مارکتینگ مورد استفاده خود را ذکر کنید و نحوه استفاده از آن را توضیح دهید. از این نرم‌افزار برای ارسال ایمیل‌های هدفمند، ایجاد کمپین‌های تبلیغاتی و پیگیری نتایج استفاده می‌کنیم].

نرم افزار اتوماسیون بازاریابی

[نرم‌افزار اتوماسیون بازاریابی مورد استفاده را معرفی کرده و نحوه استفاده از آن را به اختصار توضیح دهید. این ابزار به ما امکان می‌دهد تا فرآیندهای بازاریابی را خودکار کرده و ارتباطات مشتریان را بر اساس رفتارهای آن‌ها تنظیم کنیم].

نرم افزار وبلاگ نویسی

[نرم‌افزار وبلاگ‌نویسی مورد استفاده را نام ببرید و نحوه استفاده از آن را توضیح دهید. با استفاده از این نرم‌افزار، محتوای با کیفیت و بهینه‌شده برای موتورهای جستجو را در وبلاگ شرکت منتشر می‌کنیم].

نرم افزار مدیریت تبلیغات

[نرم‌افزار تبلیغاتی مورد استفاده خود را معرفی کرده و نحوه استفاده از آن را توضیح دهید. این ابزار به ما امکان می‌دهد تا کمپین‌های تبلیغاتی را مدیریت کرده و عملکرد آن‌ها را ارزیابی کنیم].

نرم افزار مدیریت شبکه های اجتماعی

[نرم افزار مدیریت رسانه های اجتماعی مورد استفاده را نام ببرید و نحوه استفاده از آن را به اختصار توضیح دهید. با این ابزار، محتوا را برای پلتفرم های اجتماعی برنامه ریزی و منتشر کرده و عملکرد هر پست را بررسی می کنیم].

نرم افزار میزبانی ویدیو

[نرم افزار میزبانی ویدئو مورد استفاده را معرفی کرده و نحوه استفاده از آن را توضیح دهید. از این ابزار برای آپلود، مدیریت و توزیع محتوای ویدیویی برای کمپین های بازاریابی استفاده می کنیم].