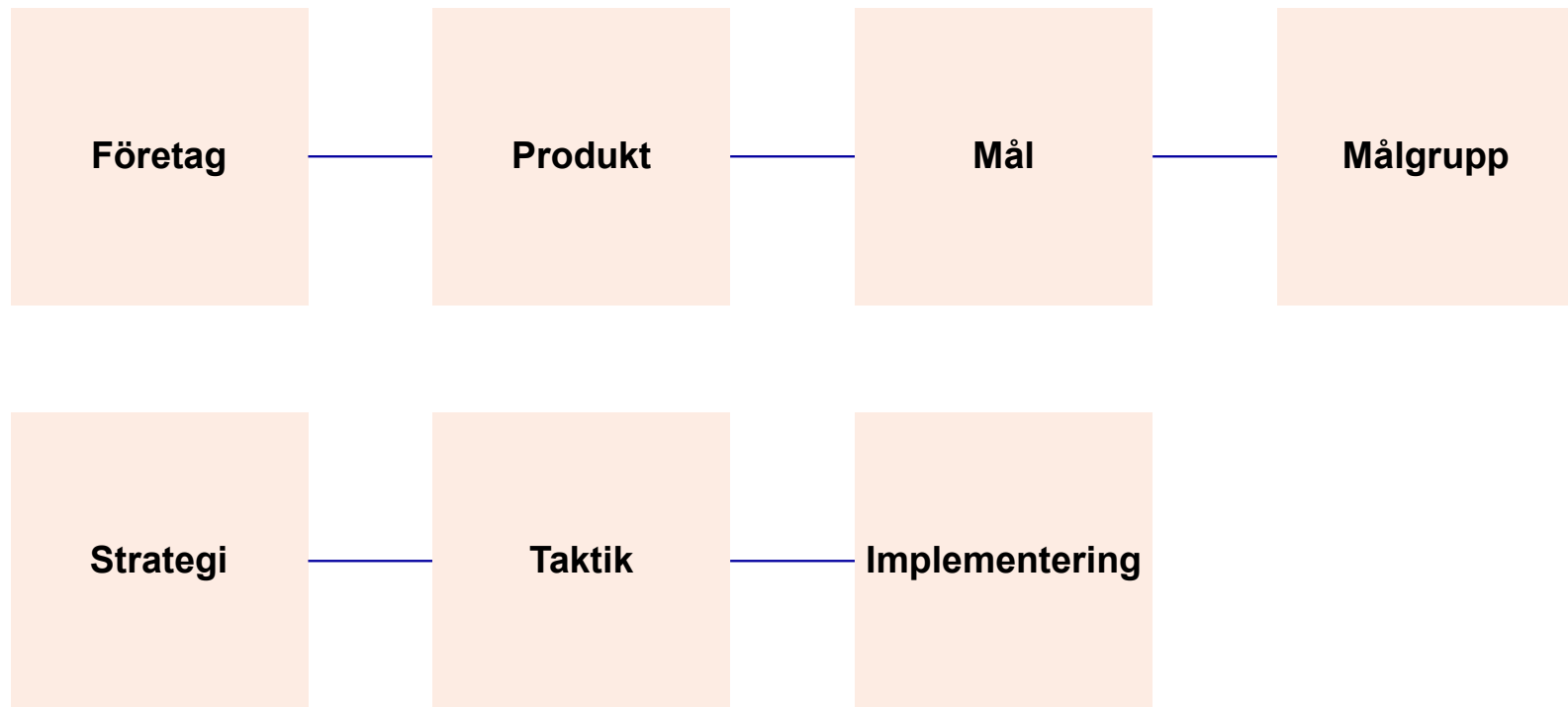


Nordea

(*Företagsnamn*)
Marknadsföringsplan



Företag

[Infoga en sammanfattande beskrivning här]

Beskriv vad ditt företag har att erbjuda marknaden. Basera ditt svar på din affärsplan och din SWOT.

Vad skulle du säga om någon ber dig beskriva ditt företag med ett par meningar? Vad är ditt företags erbjudande? Vad gör ditt företag unikt? Vad kan du erbjuda som andra företag saknar?

Produkt

[Infoga en sammanfattande beskrivning här]

Beskriv din produkt eller tjänst inklusive alla konkurrensfördelar.

Hur fungerar din produkt eller tjänst? Vilka egenskaper skiljer dem från andra som redan finns på marknaden?

Mål

[Infoga en sammanfattande beskrivning här]

Vilket resultat förväntar du dig av din marknadsföringskampanj?

Beskriv dina mål och de viktigaste handlingarna du tänker utföra för att nå vart och ett av de målen. Var konkret, och sätt mål som är både genomförbara och mätbara. Till exempel att uppnå ett visst antal sålda enheter, att generera ett visst antal leads eller att få ett visst antal följare på sociala medier. Kom ihåg att ge dig själv en deadline.

Målgrupp

[Infoga en sammanfattande beskrivning här]

Beskriv vilka dina kunder är. Både de du har nu och de du hoppas få i framtiden. Använd din pitch och affärsplan som utgångspunkt.

Ta hänsyn till faktorer som ålder, inkomstnivå, yrke, utbildning, familj, geografisk hemvist, vanor, konsumtionsmönster och livsstil etc. Detta kommer hjälpa dig att förstå vad kunderna vill ha, vilken sorts produkter eller tjänster de tilltalas av och hur du ska kommunicera med dem.

Strategi

[Infoga en sammanfattande beskrivning här]

Vilken position på marknaden tänker du ta för att öka din marknadsandel och attrahera nya kunder?

Hur vill du att kunderna ska uppfatta din produkt eller tjänst jämfört med dina konkurrenters? Tänker du konkurrera med lågt pris, erbjuda kunderna en premiumvara/tjänst eller ta positionen som nischaktör?

Taktik

[Infoga en sammanfattande beskrivning här]

Hur tänker du nå ditt mål?

Fokusera på max fem huvudsakliga taktiker som kommer resultera i ditt önskade resultat. Dessa kan inkludera email-kampanjer, kampanjer i sociala medier, att skapa en blogg, att utveckla material på din hemsida eller kanske göra om den helt och hållet.

Implementering

[Infoga en sammanfattande beskrivning här]

Beskriv vilka kanaler du kommer använda dig i din marknadsföring.

Bekanta dig med de olika kanalerna du kan använda för att få ut ditt budskap, så att du kan kombinera dem till rätt mix. Man brukar tala om "köpt media" som t.ex. betald sökordsmarknadsföring, betald social marknadsföring eller annonsering. En annan viktig del är "ägda media", såsom eget skapat innehåll du lyckas få spridning för och gratis publicitet du lyckats få genom recensioner, positiva omnämnananden etc.