

الخطة التسويقية

خطة التسويق

إنها خارطة طريق لتقديم منتجك أو خدمتك وتسليمها للعملاء المستهدفين، وليس من الضروري أن تكون طويلة جدًا أو تكلف الكثير لإكمالها، ولكنها تتطلب بعض البحث والجهد.

تحدد خطة التسويق استراتيجية تسويق الأعمال، بما في ذلك الإجراءات المحددة التي يجب اتخاذها والنتائج المتوقعة. تعمل خطة التسويق كخريطة طريق لشركة لتنفيذ وتقييم نتائج جهودها التسويقية خلال فترة زمنية محددة.



هناك أنواع مختلفة من برامج التسويق ومنها

تساعد خطة التسويق الفعالة الشركة على فهم سوقها المستهدف والمستهلك، وتكثير قرارات التسويق ونتائجها، وتوفر التوجيه للمبادرات المستقبلية.

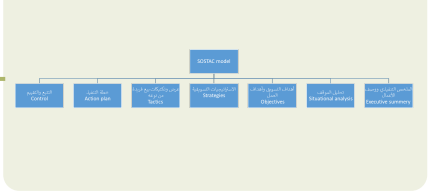
لا يمكنك تطوير خطة تسويق بدون أبحاث السوق، والتي توجّه اتجاه جميع جهودك التسويقية. من خلال أبحاثك بمعلومات مهمة حول عملائك المحتملين (السوق المستهدف) وسلوكيات المنتج و أيضًا خدمتك.

كيف تعمل خطة التسويق

مرافقة الاتجاهات الصناعية والاقتصادية

استكشاف المنافسة لتحديد كيفية الحصول على ميزة تنافسية في السعر وخدمة العملاء

حدد أفضل طريقة للوصول إلى السوق المستهدف من خلال الإعلانات التقليدية و وسائل التواصل الاجتماعي والقنوات الأخرى



كيف يمكن لمعلمي الوصول بفعالية إلى جمهوري المستهدف؟

حدد أين تتفاعل افئك مع العالم ، سواء قرأوا الصحف والمجلات، أو استخدموا وسائل التواصل الاجتماعي المحددة، أو استخدموا Google، أو أجروا عمليات بحث على YouTube، تجاوزوا الروابط الإعلانية، أو يستخدمون مواقع الويب المحددة، أو يستخدمون البريد الإلكتروني، أو يستخدمون المجرة الإلكترونية، أو يشتمون إلى مجموعات معينة، وما إلى ذلك، الذي - التي ما الذي يمكنك تقديمه محققًا في البداية؟ تتضمن الأمثلة ملفات قوائم التحقق، أو أندية التزوير، أو دراسات الحالة، أو الكتب الإلكترونية، أو المواد المطبوعة، أو المصنفات، أو القوائم، أو قوائم الموارد، أو الأوراق البيضاء

كيف تصنع استراتيجية تسويق رقمية ؟

حدد المكان الذي يقضي فيه عملاؤك المحتملون وقتهم على الإنترنت، ثم تخصص استراتيجيتك التسويق الرقمي الخاصة بك لتلبي هذه المواقع

أو البحث خلال منصات YouTube عرّض إعلانات من خلال وسائل الإعلام الاجتماعية التي لديها أيضًا إعلانات متاحة مثل Google Shopping و Gmail و Google Android

ما الفوائد التي سيوفرها الإعلان و أين ستؤدي الترق؟ يجب أن تتعلّق الصفحة المقصودة على موقع الويب الخاص بك مع الإعلان

يمكن أيضًا استخدام الإعلانات للوعي فقط، وتوقع مقابل كل ١٠٠٠ ظهور، يمكن نقل الإعلانات كإجراء غير هادف للعمل يمكن أن تساعد إعادة توجيه الإعلانات للأشخاص الذين زاروا موقعك بالفعل في بناء الثقة

ما هي خطة التسويق الجيدة لمشروع صغير بشكل عام؟

ما هي خطة التسويق؟
What is a Marketing Plan?
التسويق هو علم البحث عن العملاء المحتملين لم تحويلهم إلى خطة التسويق هي أكبر رافعة لعملية تجارية مرمية

كيف تبدأ خطة التسويق؟
How to start your Marketing Plan?
حدد أهداف عملك
حدد موقفاك الحالي من حيث التسويق
تحديد استراتيجيات وتكتيكات وخطة التسويق المستقبلية
تحديد الميزانية والأنشطة التسويقية

ما هي أفضل طريقة لتحديد السوق المستهدف؟
What is The Best Way To Set The Target Market?
قم بإنشاء شخصية العميل المثالية

ضع قائمة بمخاوفهم واحتياجاتهم، ورغباتهم وطموحاتهم

فكر كمعلم محتمل، ما الذي يتكفرون فيه؟ ماذا تريد. عملاؤك أكثر؟ ما هو أهم شيء يريد العميل تحقيقه؟ ما مدى تفهمهم حول منتجك، أو عدم معرفتهم، أو المبتدئين، أو مفارقة الخبرات، أو المشتري المتمرس ، ماذا يتردد عملاؤك ومن سيفعل التوصل؟

ما هو أهم جزء في خطة التسويق؟
What is the most important part in the marketing plan
معمل التحول هو النسبة المئوية للعملاء المحتملين

تحديد تكلفة التسويق لكل عمل جديد بارح. علّنا مدى العولمة لكل عمل. هل التسويق الخاص بك مربحًا، أم أنه حان الوقت للتكيف

التصانّح الجيدة لتحديد جمهورك المستهدف

SWOTما هو تحليل

محالات القوة والضعف الفرص والتهديدات

تشمل نقاط القوة ما تتفوق فيه وكيف تتفوق على المنافسة

تشمل نقاط الضعف مجالات التحسين أو المجالات التي لنفكر فيها

تشمل الفرص تغيير كيف يمكن التسويق أن يفيدنا

تشمل التهديدات المنافسين ومخاطر الأعمال والمنافسة التسويقية

وتراجع الأرباح

انظر لعملك من زاوية كبح

ميزانية الخطة التسويقية

تحديد التكاليف المتوقعة

تخصيص الميزانية بشكل فعال

تحديد الاستراتيجية التسعير

وضع استراتيجية التسعير

تحديد وسائل التواصل

آليات تقييم خطة التسويق

تحديد النجاحات والتهديدات تحديد النجاحات والتهديدات

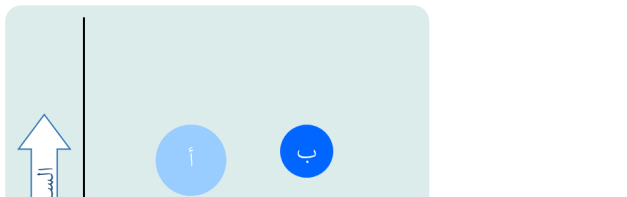
تطوير الخطة للترات القادمة

أهمية تحسين الخطط التسويقية

تطبيق الدروس المستفادة

ملخص السوق

المنافسة



وضع المنتج في الخدمة

بيان وعرف المنتج في سوقه بشكل مميز ومقابل منافسته عبر الوقت

وعد العميل

بيان بخص فرائد المنتج أو الخدمة للعميل

استراتيجيات إطلاق المنتج

خطة الإطلاق

إذا كان المنتج جاريًا الإعلان عنه

ميزانية أكثر ربح

قم بتوفير المادة الخام الاحتياطية مع معلومات ميزانية تفصيلية للتسويق

السلخص التنفيذي

تصميم مقدم لخطة التسويق

يجب أن يقدم هذا القسم ملخصًا موجزًا للخطة لأولئك الذين ربما لم يقرأوا المستند بأكمله

وصف العمل هو ما يدور حوله النشاط التجاري - بما في ذلك الموقع وصاحب العمل والوضع في السوق وبين مهمة الشركة والقيم الأساسية والعوامل الخارجية حاليًا أو قد يوزر في النهاية على النشاط التجاري

تفاصيل تحليل الوظيفة الخاصة بك سوق جهودك التسويقية، في هذا القسم، ستلقي نظرة فاحصة على العوامل الداخلية والخارجية التي يمكن أن تؤثر على استراتيجية التسويق الخاصة بك

والجمع بين SWOT تقوم العديد من الشركات بإجراء تحليل التحليل الخارجي والداخلي لتلخيص نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لديك

تحليل السوق

ستكون أهداف التسويق مرتبطة بأهداف العمل العامة، لكنها ستتركز فقط على جزء العمل الذي قد يؤثر عليه التسويق

على سبيل المثال، إذا كان الهدف العام للشركة هو زيادة إيرادات العملاء (المذكورة بدمية محتمل خلال العام المقبل، فقد يكون الهدف التسويقي ذي السلة هو الحصول على عدد معين من اشتراكات العملاء برنامج المكافآت الشهرية

يعتبر مفهوم السوق المستهدف أحد أهم جوانب التسويق

من غير الواقعي التفكير في أنه يمكنك جذب الجميع، لذلك عليك تحديد عميلك المثالي تريد أن تعرف ما يحفز لهم، وما لا يحفزهم، وأين يجدونهم

تحدد خطة التوزيع والتسليم كيف ستبيع الشركة منتجاتها وتسليمها للعملاء حيث تمثل طرق البيع والتسليم البيع بالتجزئة والبيع بالجملة والمباشرة إلى المنزل أو العمل أو عبر الإنترنت

استراتيجيات المنافسة البيعية

يصف عرض البيع الفريد كيف يمكن للشركة أن تكتسب ميزة تنافسية في السوق من خلال تزويد العملاء بواحدة أو أكثر من المزايا التالية

تقديم أسعار مخفضة

تقديم خدمة عملاء أفضل

كيف تعد خطة تسويقي لبدء التشغيل؟

قم بإنشاء نماذج أولية على الورق أو التصميمات الرقمية أو الأشياء المادية

اعرض قاعدة عملائك واعرف ما إذا كانوا يفلنون الفكرة

كرر حتى يكون لديك عمل

ضع قائمة بقوائم الانتظار المحتملة والعاملية التي تجعل العملاء يشتركون

ضع قائمة بأفضل الفوائد

من الذي سيستفيد من المنتج أو الخدمة؟

يا له من حلم ما الذي يحلّل العميل تحقيقه؟

ما الذي يميز منتجك؟

قم بإنشاء خريطة رحلة العميل التي تعرض نقاط الاتصال اللازمة للبيع، الوعي، مقارنة الخيار، اختبار الاختيار، الشراء ، أتمتة قدر الإمكان

تحديد السوق

يعد تصميم التسويق أمرًا بالغ الأهمية، حيث إن القليل من المنتجات تناسب الجميع، بالإضافة إلى العمر والتركيبات السكانية، يجب عليك أيضًا التفكير في شخصيات المشتري، ويمكن أن توجد العملاء، وما يفعلونه، وقرتهم الشرائية ، بعد ذلك، حدد ما إذا كان هؤلاء العملاء هم بالفعل جزء من قاعدة عملائك، أو إذا لم تصل إليهم بعد. إذا كنت بحاجة إلى التوسع على عملاء جدد، فأنت بحاجة أيضًا إلى تحديد استراتيجيتك لتزويد العملاء المحتملين التي ستستخدمها

تحديد القيمة الخاصة بك

الطور على عرض القيمة الخاص بك، أبدأ بتقييم أهم فوائد منتجك أو خدمتك ، بمجرد تحديد الفوائد المختلفة لمنتجك، حدد الحلول الممكنة التي تقدمها تلك الفوائد لعملائك المستهدفين

تحديد استراتيجية المنتج الخاصة بك

هناك جانب آخر مهم في استراتيجية الدخول إلى السوق يتضمن تحديد المنتجات التي يجب بيعها وتحديد كيفية وضع علامتك التجارية على معظم الحالات، قد ترغب في إنشاء استراتيجية منتج فريدة لكل سوق مستهدف

يجب أن يدرك أصحاب الأعمال الصغيرة أنه بعد بدء التشغيل، قد تحتاج استراتيجيتهم إلى التغيير بناءً على ملاحظات العملاء. على حد أن جدول الأعمال إلى السوق ليست، لا يزال سامعون البيديتات برعون في التوافق مع استراتيجيات العملاء على يمكنها من إجراء تعديلات مسبورة على استراتيجيات الدخول إلى السوق تكما هو مطلوب

نقل قوتك

لا يهم مدى روعة منتجك إذا لم يكن لديك استراتيجية مثالية لدخول السوق، لذا، تحتاج إلى اختيار أفضل استراتيجية تسويقية مناسبة. قرات التسويق هي الشكّن الذي تروج فيه لمنتجك وتبيعهم، بمجرد تحديد السوق المستهدف، يمكنك تحديد المناطق التي تمل هذه المجموعة إلى السوق فيها

النظر في التسويق الخارجي

إذا كنت ترغب في الترويج لمنتجك أو خدمتك الجديدة، فقد ترغب في التفكير في تطوير خطة تسويق خارجية يمكن أن يزيد التسويق الخارجي من انتشارك مع العملاء من منتجك

قد تحتاج إلى إعلانات مطبوعة أو عبر الإنترنت لبدء جذب انتباه العملاء إلى منتجك الجديد بالإضافة إلى أبحاث السوق، من المرجح أن يشكل التسويق الخارجي استراتيجية دخول كبيرة إلى السوق

دعم عملائك

من أهم الأخطاء التي يرتكبها أصحاب الأعمال عند إطلاق منتج أو خدمة جديدة هو عدم وجود عملاء بعد وقوع مجموعة من الأخطاء قبل إطلاق منتجك، لذا يجب عليك إعداد فريق الدعم الخاص بك لتلبية العمليات المطلوبة

سواء كنت زبيدة في طلبات استكشاف الأخطاء وإصلاحها أو زبيدة في حركة مرور الشكّة، يمكنك توقع أو قد أعطى في الأسابيع التي تلي إطلاق منتج أو خدمة جديدة

تقييم النجاح

تحديد أهداف استراتيجية الذهاب إلى السوق قبل الإطلاق سيسهل من السهل قياس النجاح في المستقبل

قبل إطلاق منتج ما، حدد ما هو النجاح ، هل هناك هو الوصول إلى حجم مبيعات معين؟ تريد أهدافًا إلزاميًا؟ كن صريحًا وواضحًا لإبقاء فريق المبيعات على الهدف وتحسين فرص النجاح

تعريف المنتج

وصف المنتجات أو الخدمات الجارية التسويق لها

ترك بالتركيز أن خطة التسويق ذات أهمية كبيرة لنجاح أصلك في سوق مايف

إذا كنت ترغب في تحقيق أهدافك التسويقية بنجاح، يجب عليك الاستثمار في وضع خطة تسويقية قوية وفعالة

ها تأتي أهمية خطة التسويق في توجيه استراتيجيات تسويقية تساهم في تحقيق نجاح عملك

أهمية خطة التسويق

تحديد الأهداف والاستراتيجيات

من خلال وضع خطة تسويقية، يمكن للشركة تحديد أهدافها بوضوح ووضع الاستراتيجيات اللازمة لتحقيقها

سوف تعمل الخطة على توجيه الجهود نحو تحقيق الأهداف المحددة بدقة وفعالية

: تساعد خطة التسويق في

تحليل السوق والمنافسين -

تساعد خطة التسويق في تحليل السوق ومراقبة النشاطات للمنافسين، مما يمكن الشركة من اتخاذ القرارات الاستراتيجية المناسبة لمواجهة التحديات والاستفادة من الفرص

: تساعد خطة التسويق في

تحليل الجمهور المستهدف -

من خلال خطة التسويق، تستطيع تحديد الجمهور المستهدف بدقة، مما يساعد في توجيه الجهود التسويقية نحو الشريحة المستهدفة بشكل فعال

: تساعد خطة التسويق في

توجيه الاستراتيجيات والتكتيكات -

عند وضع خطة تسويقية، يتم تنظيم الاستراتيجيات والتكتيكات التسويقية بشكل منطقي ومنظم، مما يسهل في تحقيق أقصى قدر من الكفاءة والفعالية في تنفيذ الخطة وتحقيق النتائج المرجوة

التعبئة والإيجاز

من نقاط المنافسة القوية شكل العوازل الخاصة بالمنتج

تعبئة المنتج

ناقش عامل التشكيل والتسويق والمظهر والاستراتيجية

ناقش مسائل الإيجاز للعناصر التي لا يتم شحها مباشرة مع المنتج كالتعبئة والتغليف

قم بتلخيص تكلفة المنتج وفاتورة المواد الهامة عالية المستوى

استراتيجيات الاتصال

المراسلة حسب الجمهور

احصائيات منطقة العميل المستهدفة

العلاقات العامة

العلاقات العامة

الاستراتيجية والتفصيل

استراتيجيات العلاقات العامة

الهدف الهامة في خطة العلاقات العامة

اجعل لديك خطة علاقات عامة بدلية، تشمل توقيتات تحريرية والتزاما بمسؤولياتك كخدمة وحوال زمنية لمؤتمرات إلح

الإعلان

نظرة عامة للاستراتيجية

نظرة عامة حول الوسائط والتوقيت

نظرة عامة حول الإعلانات

ترويجيات أخرى

تسويق مباشر

نظرة عامة حول الاستراتيجيات والسيارات والتوقيت

نظرة عامة حول أهداف رد الفعل والأهداف العامة والميزانية

تشويق جهة أخرى

ترتيبات التسويق التعاوني مع الشركات الأخرى

برامج ترويجية أخرى

التسويق

قم بتلخيص شعور محدد أو استراتيجيات تسعير

المقارنة بمنتجات مشابهة

السياسات

قم بتلخيص السياسة ذات الصلة بموضوعات التسعير الأساسية الجاري العمل بها

استراتيجية التوزيع

قوات التوزيع

قم بتلخيص قوات التوزيع

التوزيع حسب القناة

اعرض خطة لمقدار الشاركة بالنسبة المئوية من التوزيع التي سيتم المساهمة بها من قبل كل قناة، قد يكون من النافع هنا استخدام التخطيط الدائري

الأسواق والقطاعات الرئيسية

فرص السوق الرئيسية

دولياً

استراتيجية التسعير الدولي

مخاطر الأخطاء

قياسات النجاح

