

|  |
| --- |
| قالب برنامه بازاریابی |

[تصویر مرتبط یا تصویر لوگوی شرکت را در این مکان قرار دهید]

|  |
| --- |
| نام شرکتبرنامه ی بازاریابی |
| هدف ما | نقش دپارتمان بازاریابی شرکتتان در رشد کسب و کار شرکت را خلاصه کنید. این بیانیه باید منعکس کننده استراتژی کلی شما باشد که در صفحات بعدی مشخص شده است. |
| نویسندگان سند | نام و نام خانوادگیآدرس ایمیل |
|  | نام و نام خانوادگیآدرس ایمیل |

[تصویر مرتبط موردعلاقه تان را در این مکان قرار دهید]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| فهرست مطالب | خلاصه کسب و کار | # |
| ابتکارات کسب و کاری | # |
| بازار هدف | # |
| استراتژی بازار | # |
| بودجه | # |
| کانال های بازاریابی | # |
| فناوری بازاریابی | # |

## **خلاصه کسب و کار**

## معرفی شرکت

[نام شرکت] یک شرکت است که دفتر مرکزی آن در [محل مقر] با دفاتر دیگری در [مکان‌های دفاتر اقماری] است. ماموریت این شرکت [بیانیه ماموریت] است.

## رهبران بازاریابی ما

|  |  |
| --- | --- |
| [رهبر بازاریابی 1] | سمت سازمانیشرح مختصری از وظایف شغلی |
| [رهبر بازاریابی 2] | سمت سازمانیشرح مختصری از وظایف شغلی |
| [رهبر بازاریابی 3] | سمت سازمانیشرح مختصری از وظایف شغلی |

|  |  |
| --- | --- |
| **نکته حرفه ای** | ممکن است بخواهید برخی از ویژگی‌هایی که تیم رهبری بازاریابی شما را جذاب می‌کند، مانند تحصیلات، سال‌ها تجربه، و زمینه‌های تخصصی خاص ذکر کنید. شما همچنین می توانید عکس های صورت افراد را اضافه کنید. |

## **تحلیل SWOT**

به‌عنوان تیم بازاریابی شرکت [نام شرکت]، می‌خواهیم به برند کمک کنیم به عملکردهای خوب خود تکیه کند، عملکردهای نه چندان خوب را بهبود بخشد، بر کارهایی که می‌تواند انجام دهد سرمایه‌گذاری کند و از خود در برابر آنچه می‌تواند آن را به چالش بکشد دفاع کند. با در نظر گرفتن این موضوع، در اینجا تحلیل SWOT ما برای [سال جاری] آورده شده است.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **نقاط قوت** |  | **نقاط ضعف** |
| در چه چیزهایی خوب عمل می کنیم؟چه فعالیت هایی خوب جواب می دهد؟مشتریان درخصوص ما چه چیزی را دوست دارند؟ |  | چه چیزهایی را باید درست کنیم؟چه چیزهایی را باید تقویت کنیم؟چه چیزهایی هست که می خواهیم در آن ها کاراتر شویم؟ |
| [نقاط قوت را اینجا وارد کنید] |  | [نقاط ضعف را اینجا وارد کنید] |
|  |  |  |
| **فرصت ها** |  | **تهدیدها** |
| چه چیزهایی در صنعت به زودی موردنیاز خواهد بود؟فکر می کنیم در چه حوزه هایی خوب عمل کنیم؟چه چیزی متمایز کننده ما خواهد بود؟ |  | چه چیزی ممکن است مانع رشد ما شود؟چه کسی ممکن است مشتریان ما را با خود ببرد؟ |
| [فرصت ها را اینجا وارد کنید] |  | [تهدیدها 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 50،000 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 موفقیت** | [مثال: داشتن 50،000 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 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 50،000 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:

|  |  |
| --- | --- |
| **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** | 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

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

|  |  |
| --- | --- |
| **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** | 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.] |

## **تحلیل رقابتی**

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

|  |
| --- |
| **شرکت 1** |
| محصولاتی که ما با آنها رقابت می کنیم | [محصول/خدمات این رقیب، کارهایی که انجام می دهد و کارهایی که ممکن است بهتر از شما انجام دهد] |
| راه های دیگر رقابت ما | [مثال: این رقیب وبلاگی دارد که برای بسیاری از کلمات کلیدی مشابهی که می‌خواهیم محتوا را روی آن بنویسیم، در گوگل رتبه بالایی دارد] |

|  |
| --- |
| **شرکت 2** |
| محصولاتی که ما با آنها رقابت می کنیم | [محصول/خدمات این رقیب، کارهایی که انجام می دهد و کارهایی که ممکن است بهتر از شما انجام دهد] |
| راه های دیگر رقابت ما | [مثال: این رقیب وبلاگی دارد که برای بسیاری از کلمات کلیدی مشابهی که می‌خواهیم محتوا را روی آن بنویسیم، در گوگل رتبه بالایی دارد] |

|  |
| --- |
| **شرکت 3** |
| محصولاتی که ما با آنها رقابت می کنیم | [محصول/خدمات این رقیب، کارهایی که انجام می دهد و کارهایی که ممکن است بهتر از شما انجام دهد] |
| راه های دیگر رقابت ما | [مثال: این رقیب وبلاگی دارد که برای بسیاری از کلمات کلیدی مشابهی که می‌خواهیم محتوا را روی آن بنویسیم، در گوگل رتبه بالایی دارد] |

## **استراتژی بازار**

## محصول

[محصولاتی را که با آنها وارد بازار هدفی که در قسمت های قبل توضیح داده اید می شوید 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 می کند؟]

## قیمت

[این محصول را به چه قیمتی می فروشید؟ آیا رقابتی است؟ درخصوص بودجه مشتریان خود واقع بین هستید؟ آیا برای این محصول تبلیغات/تخفیف فصلی اجرا خواهید کرد؟]

## ترویج

[چگونه این محصول را تبلیغ خواهید کرد؟ عمیق تر از گزینه های وبلاگ یا کانال های رسانه های اجتماعی خود فکر کنید. چه چیزی در مورد این محتوا باعث ایجاد ارزش در محصول شما می شود؟]

## مردم

[چه افرادی در دپارتمان بازاریابی در استراتژی بازار شما نقش دارد؟ توصیف کنید که هر یک از آنها یا هر تیم چه کاری انجام خواهند داد تا استراتژی بازار شما را به موفقیت برساند.]

## روند

[محصول چگونه به مشتری شما تحویل داده می شود؟ آیا این یک خدمات دائمی است؟ چگونه از موفقیت آنها در استفاده از محصول تان حمایت خواهید کرد؟]

## شواهد فیزیکی

[محصول شما در کجا نمایش داده می شود؟ اگر یک محصول نامشهود را بفروشید، مشتریان چگونه شواهد قابل رویتی از کسب و کار شما ایجاد می کنند؟]

## **بودجه**

در طول سال [سال جاری]، با توجه به بودجه نقدی که به تیم بازاریابی تخصیص داده شده است، برای اطمینان از دستیابی به اهداف مشخص شده در این برنامه بازاریابی قصد داریم در موارد زیر سرمایه‌گذاری کنیم:

|  |  |
| --- | --- |
| **هزینه بازاریابی** | **قیمت برآورد شده** |
| سرفصل هزینه  |  |
| سرفصل هزینه  |  |
| سرفصل هزینه  |  |
| سرفصل هزینه  |  |
| سرفصل هزینه  |  |
| سرفصل هزینه  |  |
| **جمع** |  |

## **کانال های بازاریابی**

در طول [سال جاری]، استفاده از کانال‌های زیر را برای آموزش مشتریانمان، ایجاد سرنخ و توسعه آگاهی از برند راه‌اندازی می‌کنیم/افزایش خواهیم داد:

|  |
| --- |
| **[وبسایت/ کانال توزیع 1]** |
| هدف کانال | [مثال: آگاهی از برند] |
| سنجه های اندازه گیری موفقیت | [به عنوان مثال: 50000 بازدید از صفحه منحصر به فرد در ماه] |

|  |
| --- |
| **[وبسایت/ کانال توزیع 1]** |
| هدف کانال | [مثال: آگاهی از برند] |
| سنجه های اندازه گیری موفقیت | [به عنوان مثال: 50000 بازدید از صفحه منحصر به فرد در ماه] |

|  |
| --- |
| **[شبکه اجتماعی 1]** |
| هدف کانال | [مثال: آگاهی از برند] |
| سنجه های اندازه گیری موفقیت | [به عنوان مثال: 50000 بازدید از صفحه منحصر به فرد در ماه] |

|  |
| --- |
| **[شبکه اجتماعی 1]** |
| هدف کانال | [مثال: آگاهی از برند] |
| سنجه های اندازه گیری موفقیت | [به عنوان مثال: 50000 بازدید از صفحه منحصر به فرد در ماه] |

## **فناوری بازاریابی**

ما از فناوری ها و نرم افزارهای زیر برای کمک به دستیابی به اهداف خود استفاده خواهیم کرد.

## CRM بازاریابی

[CRM بازاریابی را که از آن استفاده خواهید کرد نام ببرید و به طور خلاصه نحوه استفاده از آن را توضیح دهید.]

## نرم افزار بازاریابی ایمیلی

[نرم افزار ایمیل مارکتینگ مورد استفاده تان را نام ببرید و به طور مختصر نحوه استفاده از آن را توضیح دهید.]

## نرم افزار اتوماسیون بازاریابی

[نرم افزار اتوماسیون بازاریابی را که از آن استفاده خواهید کرد نام ببرید [و](https://www.hubspot.com/products/marketing/marketing-automation?utm_source=offers&utm_medium=offers&utm_campaign=seondary-conversion_marketing-plan_template) نحوه استفاده از آن را به اختصار توضیح دهید.]

## نرم افزار وبلاگ نویسی

[نرم افزار وبلاگ نویسی مورد استفاده را نام ببرید و به طور خلاصه نحوه استفاده از آن را توضیح دهید.]

## نرم افزار مدیریت تبلیغات

[نرم افزار تبلیغات مورد استفاده خود را نام ببرید و نحوه استفاده از آن را به اختصار توضیح دهید.]

## نرم افزار مدیریت شبکه های اجتماعی

[نرم افزار مدیریت رسانه های اجتماعی مورد استفاده را نام ببرید و نحوه استفاده از آن را به طور خلاصه توضیح دهید.]

## نرم افزار میزبانی ویدیو

[نرم افزار بازاریابی ویدئویی را که استفاده می کنید نام ببرید و نحوه استفاده از آن را به اختصار توضیح دهید.]