

# MARKETING TERV 2010

|                         |           |                  |
|-------------------------|-----------|------------------|
| Készítő neve:           | Cég neve: | Készítés dátuma: |
| A cég / márka forgalma: | 2009-ben: | 2010-es terv:    |

A céggel kapcsolatos öt legnagyobb célod 2010-re:

| Bevétel | jan | feb | márc | ápr | máj | júni | júli | aug | szept | okt | nov | dec |
|---------|-----|-----|------|-----|-----|------|------|-----|-------|-----|-----|-----|
| 2009    |     |     |      |     |     |      |      |     |       |     |     |     |
| 2010    |     |     |      |     |     |      |      |     |       |     |     |     |

## A MARKETING GÉPEZETED:

| Hol reklámozod a csalt? Sorold fel!   | Mi a csali? Ha több van, sorold fel! |
|---|--------------------------------------|
| Helyek, ahol JELENLEG reklámozod a csalt:   |                                      |
| Helyek, ahol reklámozni TERVEZED a csalt? (Ha megvalósult, húzd át lent és írd át felülre!) |                                      |

## MARKETING NAPTÁR – 2010 hetei:

|            |            |            |           |
|------------|------------|------------|-----------|
| jan. 4.    | jan. 11.   | jan. 18.   | jan. 25.  |
| feb. 1.    | feb. 8.    | feb. 15.   | feb. 22.  |
| márc. 1.   | márc. 8.   | márc. 15.  | márc. 22. |
| márc. 29.  | ápr. 5.    | ápr. 12.   | ápr. 19.  |
| ápr. 26.   | máj. 3.    | máj. 10.   | máj. 17.  |
| máj. 24.   | máj. 31.   | júni. 7.   | júni. 14. |
| júni. 21.  | júni. 28.  | júli. 5.   | júli. 12. |
| júli. 19.  | júli. 26.  | aug. 2.    | aug. 9.   |
| aug. 16.   | aug. 23.   | aug. 30.   | szept. 6. |
| szept. 13. | szept. 20. | szept. 27. | okt. 4.   |
| okt. 11.   | okt. 18.   | okt. 25.   | nov. 1.   |
| nov. 8.    | nov. 15.   | nov. 22.   | nov. 29.  |
| dec. 6.    | dec. 13.   | dec. 20.   | dec. 27.  |

Beírandó: Marketing akciók | Események | Hírlevél témák | Konkurens akciók | Szezonális akciók | Kiállítások | Termékbevezetések



## KITÖLTÉSI ÉS HASZNÁLATI UTASÍTÁS A „MARKETING TERV 2010”-HEZ

**A 2010-es forgalmi terved:** ezt töltsd ki utoljára! Mindjárt meglátod, miért (mert minden további rész ezt fogja emelni.)

**A céggel kapcsolatos öt legnagyobb célod 2010-re** – amit mi szeretünk látni az ügyfeink tervében: termékfejlesztések; terjesztési hálózatok bővítése; marketing arzenál bővítése / több médium elfoglalása és dominálása; nyitás új szegmensek felé; az összes meglévő marketing eszköz tesztelése / mérése / tökéletesítése; a weboldal teljes lecserélése és felújítása; új vevőszerző gépezet munkába állítása stb.

**Bevétel 2009 – 2010:** ezek a dobozok nagyon fontosak: azt vettük észre, hogy sok kisvállalkozás még az ilyen alapvető méréseket sem végzi, el, ezért a legfontosabbat most beletettük a marketing tervünkbe. Csak írd be, hogy tavaly (2009-ben) az adott hónapokban mekkora volt a forgalmad, majd ahogy halad 2010-es, frissítsd az adatokkal. Rendkívül szemfelnyitó trendeket fogsz meglátni – és nagyobb hajtóerőt kapsz, hogy jobban teljesíts, hogy „ráverj” a tavalyi forgalmadra!

### A marketing gépezeted

A Marketing Commando legfontosabb tanítása, hogy minden cégnek szüksége van egy marketing gépezetre, ami azonosítja, kvalifikálja, és betereli a céghez az érdeklődőket – majd vevőt csinál belőlük.

Ehhez három dolog kell:

- 1) Egy jó csali, 2) A csali reklámja, 3) És egy ajánlat, ami a csalit elkérő érdeklődőket ráveszi az első vásárlásra. További információ a Marketing Tervezési Szisztémában!

Ebbe a táblázatba írd bele a csalidat (ha többet használsz, sorold fel ezeket), a baloldali cellába pedig azon reklámhelyeket sorold fel, ahol a csalit reklámozod. Írd be a tervezett reklámhelyeket is, hogy ahogy növekszik a marketing arzenálad, szemmel látható legyen a fejlődés!

## MARKETING NAPTÁR 2010

A Marketing Terv alsó fele teljes egészében a marketing naptárad, hetekre lebontva. Az egyes hetekbe írd be az alábbiakat:

- mikor van termékbevezetésed
- mikor vannak ügyfél- vagy szakmai rendezvényeid
- mikor vannak hagyományos akcióid, szezonális akcióid

**Konkurencia:** kezd el vezetni, hogy a konkurenciád milyen marketing akciókat csinál és mikor! Ez idén is érdekes lesz, de igazán 2011-ben fogod élvezni a hatását, amikor a naptár alapján képes leszel „bevágni” a konkurencia elé, amikor pár nappal vagy egy héttel az ő nagy akciója elé időzíted a sajátodat. A marketing gyakran csak józan paraszti ész!

## KOMMUNIKÁCIÓS NAPTÁR:

Ezen kívül írd be azt is a naptár egyes celláiba, hogy az adott héten a szépen épülő listádnak milyen témáról írsz. Ez azért fontos, mert tartanod kell a kapcsolatot a régi vevőkkel ill. azokkal az érdeklődőkkel, akik nem váltak vásárlóddá ... még. Ehhez összeállítottunk egy ötlettárat, hogy milyen témákról érdemes írnod:

| SZAKMAI  | CÉGES  | SZEMÉLYES   | HÍRÉRTÉK   | VEVŐNEVELÉS  |
|--|--|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>– Szakmai finomság, amiről kevés vevő tud</li><li>– Szemlézgetés a külföldi szakirodalomból</li><li>– Egy termék részlete felnagyítva: „Ki tudja, mi ez?”</li><li>– Szakmai vitatéma: mik az uralkodó nézetek és Te melyiket képviseled?</li><li>– Az iparágad érdekes statisztikai, adatai, és a kommentárod</li><li>– Egy szuper ügyfeled bemutatása</li><li>– Hülyeségek és félretájékoztatások a weben az iparágadról</li><li>– Egy ősrégi termék az iparágadból</li><li>– 100 évvel ezelőtt hogy nézett ki ez az iparág?</li><li>– Jóslás 2020-ra: hol fog tartani az iparág, a termékek?</li><li>– Szakmai rendezvény beszámoló / vélemény</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>– A színpalak mögött: termékfejlesztések</li><li>– Egy munkatársad bemutatása („Ki az a hang a telefonban?”)</li><li>– Miért úgy épül fel a céged csapata, ahogy?</li><li>– Fotók a csapatról és az irodáról</li><li>– Egy jó sztori a cégedről 10 évvel ezelőttről</li><li>– Egy kedvenc alvállalkozód bemutatása – miért dolgozunk vele?</li><li>– Hová jár a csapat ebédelni? („Jöjjen velünk ebédelni egyszer!”)</li><li>– Beszámoló a céges tervezési nap fő témáiról</li><li>– Egy céges procedura bemutatása, ami a jobb kiszolgálást, jobb terméket garantálja</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>– Miért kezdted bele ebbe a biznyszbe</li><li>– Utazásaid során milyen jó ötleteket láttál</li><li>– Véleményed az ország gazdaságáról / egészségéről stb</li><li>– A kedvenc vicced</li><li>– Kedvenc ételeid (visszatérő téma lehet)</li><li>– Kedves blogjaid, újságjaid, weboldalaid (nem csak szakmai)</li><li>– Élményed más cégnél mint vevő</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>– Cég születésnapja</li><li>– Új telephely, új kocsi, új iroda, új kolléga</li><li>– Kedvenc alapítványod, és mit tesztek értük</li><li>– Termékbevezetés</li><li>– Rólatok megjelent cikk körbepötyögése</li><li>– Iparági esemény, rendezvény, hír kommentje</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>– Egy sikeres vevőnk – esettanulmány</li><li>– A célkitűzésről és célok eléréséről</li><li>– Pozitív gondolkodás a cégemben</li><li>– Egy vevőd dilemmája, és hogy segítettél megoldani</li><li>– Egy nagyon régi vevő bemutatása</li><li>– 5 ok, hogy miért maradt hűséges</li><li>– Felmérés: hogyan gondolkodnak a vevőink?</li></ul> |

A marketing tervezésről: legyél akármilyen kis cég, vagy akármilyen nagy, egy egyszerű marketing terv kapaszkodót ad a mindennapok tűzoltásaiban, irányt ad nehéz időszakokban, és a haladás élményét nyújtja, amikor egy-egy nagy célot elered és kipipálsz. Töltsd ki most!

© 2009, Marketing Commando / [www.MarketingCommando.hu](http://www.MarketingCommando.hu)



[WWW.MARKETINGCOMMANDO.HU](http://WWW.MARKETINGCOMMANDO.HU)