

# Marketing terv 2021

|                         |           |                        |
|-------------------------|-----------|------------------------|
| Készítő neve:           | Cégnév:   | Készítés dátuma:       |
| A cég / márka forgalma: | 2020-ban: | 2021-es bevételi terv: |

A céggel kapcsolatos 3 legnagyobb célod 2021-re (pl. terjeszkedés új piacokra v. szegmensekre; fejlesztés v. újdonság piacra dobása; szervezeti fejlesztés; cégeladás stb)

| Bevétel | jan | feb | márc | ápr | máj | júni | júli | aug | szept | okt | nov | dec |
|---------|-----|-----|------|-----|-----|------|------|-----|-------|-----|-----|-----|
| 2020    |     |     |      |     |     |      |      |     |       |     |     |     |
| 2021    |     |     |      |     |     |      |      |     |       |     |     |     |

## A marketing gépezeted:

| Milyen csalijaid (ingyenes ÉS fizetős) vannak? | Hol hirdeted őket?   |
|--|--|
|  | <p>Helyek, ahol JELENLEG reklámozod a csalit:</p><br><p>Helyek, ahol reklámozni TERVEZED a csalit? (Ha megvalósult, húzd át lent és írd át felülre!)</p> |

## Marketing naptár - 2021 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, rendezvények | Hírlevél témák | Szezonális akciók | Kiállítások  
 Kampányok: Valami újdonság bevezetése 2) Luxus termék v szolgáltatás 3) Valami aktualitáshoz kapcsolt kampány 4) Ár akció, kiárusítás

# KITÖLTÉSI ÚTMUTATÓ

## Kitöltési és használati utasítás a "Marketing Terv 2021"-hez

**A 2021-es forgalmi terved:** ezt töltsd ki utoljára! Mindjárt meglátod, miért (mert minden további rész ezt fogja emelni.)

**A céggel kapcsolatos három legnagyobb célod 2021-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 vevőszerező gépezet munkába állítása stb.

**Bevétel 2020 - 2021:** 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 2020-ban az adott hónapokban mekkora volt a forgalmad, majd ahogy halad a 2021, frissítsd az adatokkal. Rendkívül szemfelnyitó trendeket fogsz meglátni - és nagyobb hajtóerőt kapsz, hogy jobban teljesíts, hogy megdöntsd a tavalyi forgalmadat!

### 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 (lehet ingyenes, de inkább fizetős!), 2) A csali reklámja, 3) És egy upsell ajánlat, ami a csalit elkérő új vevőket ráveszi a komolyabb vásárlásra.

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 2021

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

- mikor vannak kampányaid (ugye emlékszel a vetésforgóra? Legyen luxus / újdonság / szezonális / ár akciós kampányod is)
- mikor vannak ügyfél- vagy szakmai rendezvényeid
- milyen kommunikációt folyatsz a piac és a régi vevőid felé hírlevélben, Facebook oldalon

Konkurencia: elkezdheted azt is vezetni, hogy a konkurenciád milyen marketing akciókat csinál és mikor! Ez idén is érdekes lesz, de igazán jövőre fogod élvezni a hatását, amikor a naptár alapján képes leszel "bevágni" a konkurencia elé, amikor pár nappal vagy egy héttel az ő szokásos nagy akciója elé időzíted a sajátodat.

## Kommunikációs naptár:

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 statisztikái, 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 2025-re: 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? ("Jöjjön 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 bizniszbe</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> <li>-</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 tesznek értük</li> <li>- Termékbevezetés</li> <li>- Rólatok megjelent cikk körbeküldése</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 - 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 célotdat eléred és kipipálsz. Töltsd ki most!