

הכנה לתוכנית שיווקית

תוכנית שיווק נכתבת אחת לשנה. מתחלקת לרבעונים.

תכנון ערוצי שיווק:

- הגדרת מוצר/שירות מיועד לשיווק _____
- הגדרת קהל היעד _____
- מיהו "הלקוח האידיאלי" _____
- מענה לאיזה צורך של הלקוח אני מציע _____
- מיתוג המוצר (תדמית המוצר), ייחודיות וערך בעיני הלקוח _____
- _____
- באיזה שוק פועל העסק (ראו - ניתוח SWOT) _____
- פילוח דמוגרפי (מין, גיל, עיסוק ועוד) _____
- מיקום העסק _____
- מה מגמות בשוק _____
- חולשות העסק _____
- מיהם המתחרים העיקריים (ראו- מיפוי מתחרים) _____
- היכן מבוצע שיווק _____
- מי כוח העזר הנדרש _____
- כמה תקציב עומד לרשותי _____
- מה המסר אותו אני רוצה להעביר _____
- מה תוצאות שהמאמץ השיווקי אמור להביא _____
- מהו חזון של העסק (לאן העסק/אני שואפים להגיע) _____
- _____
- האם קבעתי יעדים לשנה הקרובה? _____
- יעדים כמותיים (הכנסות, כמות לקוחות, מספר פניות): _____
- _____
- יעדים איכותיים (ערכים כמו שביעות רצון, לקוחות, פיתוח שירותים/מוצרים חדשים): _____
- _____
- מהי אסטרטגיה שיווקית שנבחרה? (ערך מוסף, מחיר נמוך, נישא, קהל היעד "לא קונבנציונלי") _____
- _____
- פתיחת "מטרייה שיווקית (מהם ערוצים וכלים לשיווק) _____
- _____
- ערוץ שיווק נבחר התאמה למוצר/שירות אותו רוצים לשווק. _____
- מדוע בחרתי דווקא בערוץ השיווק הזה? _____

ראו- "תמהיל השיווק"- סה"כ פעולות הננקטות על ידי בעל העסק במסגרת יישום אסטרטגיה שיווקית שנבחרה.

הפעילות השיווקית משובצת על לוח השנה!

"בתוכך יש יכולת שמימית להפגין ולמשוך כל מה שאתה צריך ואליו תשוקתך" דר' ווין וו.דייר

דרך צלחה ועשייה פוריה,

צוות היגוי - קבוצת עניין

"פיתוח אישי ושיווקי- שיח מקצועי אחר בפיזיותרפיה"

(בחסות העמותה לקידום הפיזיותרפיה בישראל)

physical1therapy@gmail.com

<http://www.ipts.org.il/?CategoryID=259>