# **Marketingplan for (firmanavn)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Virksomhed** | **Beskriv, hvad din virksomhed tilbyder markedet, ud fra din SWOT-analyse og forretningsplan.**  *Hvis nogen bad dig beskrive dit firma med et par sætninger, hvad ville du så sige? Hvad er det, dit firma tilbyder? Hvad gør din virksomhed unik? Hvilke egenskaber kan du tilbyde, som andre virksomheder ikke har?* |
| **Produkt** | **Beskriv dit produkt eller din serviceydelse med alle fordelagtige detaljer.**  *Hvad kan eller gør dit produkt eller din serviceydelse? Hvilke kvaliteter eller egenskaber adskiller det/den fra andre, der er på markedet?* |
| **Målsætning** | **Hvad håber du at få ud af din(e) markedsføringskampagne(r)?**  *Beskriv dine mål og de nøgleinitiativer, du vil sætte i gang for at nå hvert mål. Vær specifik, og gør det målbart og opnåeligt, fx at opnå et bestemt salgstal, generere et på forhånd fastlagt antal kundeemner eller e-mailtilmeldinger eller opnå et bestemt antal følgere på de sociale medier. Husk at fastlægge en deadline.* |
| **Målgruppe** | **Husk på din forretningsplan og dit pitch, og beskriv, hvem dine kunder er (både dem, du har nu, og dem, du gerne vil have i fremtiden).**  *Tag faktorer som alder, køn, indkomstniveau, profession, uddannelsesniveau, familieforhold, geografisk placering, vaner, forbrugeradfærd, livsstil osv. i betragtning. Det vil hjælpe dig med at forstå, hvad disse mennesker ønsker, hvilke produkter eller serviceydelser de vil finde tiltrækkende, og dermed, hvordan du skal kommunikere til dem.* |
| **Strategi** | **Hvilken position vil du indtage for at udvide din markedsandel og tiltrække nye kunder?**  *Hvordan ønsker du, at dine kunder skal opfatte dit produkt eller din serviceydelse sammenlignet med dine konkurrenters? Går du efter at være førende i lavprissegmentet eller at tilbyde et eksklusivt produkt/en eksklusiv serviceydelse eller et nicheprodukt/-serviceydelse?* |
| **Taktik** | **Hvordan vil du nå din målsætning?**  *Koncentrer dig om højst 5 hovedtaktikker, der har til formål at opnå det ønskede resultat. Det kan omfatte e-mailkampagner, kampagner på de sociale medier, oprettelse af en blog, søgemaskineoptimering af indholdet på dit website eller et fuldstændigt re-design af websitet.* |
| **Implementering** | **Beskriv de kanaler, du vil benytte som redskaber for din markedsføring.**  *Sæt dig ind i de forskellige kanaler til dit indhold, så du kan sammensætte den rigtige kombination. "Paid Media" omfatter betalt søgeordsannoncering, betalt annoncering på sociale medier og displayannoncer. "Owned Media" omfatter dit website, sociale kanaler og nyhedsbreve. "Earned Media" er den gratis omtale, det er lykkedes dig at få i form af bedømmelser, likes, kommentarer, backlinks osv.* |