|  |
| --- |
| **سلام وقت بخیر**  از دانلود شما سپاسگزاریم.    شما می توانید از این دو روش اقدام به ویرایش فایل نمایید:   1. همین ورژن را ویرایش کنید 2. یا یک کپی از این این فایل گرفته و ان را ویرایش کنید و فایل اصلی را همیشه داشته باشید. |
| ↓↓↓  چگونه از این تمپلت استفاده کنیم؟  جدیدتری آموزش های مارکتینگ را می توانید در سایت [iranWeber.com](https://www.iranweber.com/blog/digital-marketing) بخوانید. |



|  |
| --- |
| نام شرکت شما |
| تمپلت بازاریابی |
| اهداف ما**: این بخش به صورت خلاصه اهداف اصلی بازاریابی شرکت شما را بیان می کند** |
|  |
| **نویسندگان این گزارش:**   * نام نویسنده اول(به همراه ایمیل) * نام نویسنده دوم(به همراه ایمیل) |

|  |
| --- |
| فهرست |

[**CRM بازاریابی** 12](#_Toc89620618)

[**نرم افزار بازاریابی ایمیلی** 12](#_Toc89620619)

[**نرم افزار اتوماسیون بازاریابی** 12](#_Toc89620620)

[**نرم افزار وبلاگ نویسی** 12](#_Toc89620621)

[**نرم افزار مدیریت تبلیغات** 12](#_Toc89620622)

[**نرم افزار مدیریت شبکه های اجتماعی** 12](#_Toc89620623)

[**نرم افزار میزبانی ویدیو** 12](#_Toc89620624)

|  |
| --- |
| خلاصه کسب و کار |

**شرکت ما**

توضیحات شرکت شما

**مدیران بازاریابی ما**

**نام مدیران و عوامل اصلی بازایابی شما به همراه جایگاه**

**آنالیز SWOT**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **نقاط قوت** | **ضعف ها** | **فرصت ها** | **تهدیدات** |
| چیزی که ما در آن خوب هستیم. و مشتریان دوست دارند. | چیزی که میخواهیم درستش کنیم چیزی که می خواهیم تقویت کنیم. چیزی که ما می خواهیم در آن کارآمدتر شویم. | چیزی که صنعت ممکن است به زودی بخواهد.  چیزی که فکر می کنیم در آن خوب خواهیم بود. وجه تمایز ما چه خواهد بود؟ | آنچه ما فکر می کنیم می تواند مانع رشد ما شود. فکر می کنیم چه چیزی/چه کسی می تواند مشتریان ما را بگیرد. |
|  |  |  |  |

|  |
| --- |
| ابتکار های تیم بازاریابی |

توضیحات کوتاه در مورد ابتکار های تیم بازاریابی

**ابتکار 1**

**توصیف:**

**هدف اصلی:**

**روش انالیز موفقیت:**

**ابتکار 2**

**توصیف:**

**هدف اصلی:**

**روش انالیز موفقیت:**

**ابتکار 3**

**توصیف:**

**هدف اصلی:**

**روش انالیز موفقیت:**

|  |
| --- |
| بازار هدف |

**کارخانه ها**

ما کارخانه های زیر را برای بازار هدف در نظر گرفته ایم:

کارخانه 1

**توضیحات کارخانه 1**

کارخانه 2

**توضیحات کارخانه 1**

**پرسونای خریدار**

در این بخش شخصیت و پرسونای خریداران خود را تنظیم خواهید کرد:

پرسونا 1

توضیحات کامل شخصیت خریدار

پرسونا 2

توضیحات کامل شخصیت خریدار

**تحلیل رقبا(Competitive Analysis)**

در بازار هدف ما پیش بینی می کنیم که با شرکت های زیر رقابت انجام دهیم:

شرکت رقیب 1

محصولات و خدماتی که ما با شرکت مورد نظر رقابت می کنیم.

شرکت رقیب 2

محصولات و خدماتی که ما با شرکت مورد نظر رقابت می کنیم.

شرکت رقیب 3

محصولات و خدماتی که ما با شرکت مورد نظر رقابت می کنیم.

شرکت رقیب 4

محصولات و خدماتی که ما با شرکت مورد نظر رقابت می کنیم.

|  |
| --- |
| استراتژی بازاریابی |

**نام محصول**

در این بخش نام محصول و توضیحات کامل محصول را بنویسید. همچنین راه هایی که با شرکت های رقیب می توانید رقابت کنید.

**قیمت گذاری**

استراتژی قیمت گذاری شما چگونه است؟ ایا قیمت شما با رقبا هماهنگی دارد یا خیلی کمتر یا بیشتر است؟ دلیل چیست و ...

**تبلیغات**

چگونه و از چه طریق این محصول را تبلیغ خواهید کرد؟ از شبکه های اجتماعی، از تبلیغات ppc و ...

**کارمندان درگیر**

چه کسی در تیم مارکتینگ شما قرار است بر روی این استراتژی ها کار کند و موفقیت برای تیم بازاریابی به ارمغان بیاورد.

**روند پردازش**

چگونه محصول مورد نظر به کاربر می رسد. چگونه با این محصول موفقیت کاربر را تضمین می کند.

**شواهد فیزیکی**

محصول شما در کجا نمایش داده می شود؟ اگر یک محصول نامشهود را بفروشید، مشتریان چگونه می توانند شواهد قابل مشاهده ای از کسب و کار شما تولید کنند

|  |
| --- |
| بودجه |

برنامه بازاریابی ما، برای رسیدن به موفقیت نیاز به منابع زیر خواهد داشت:

|  |  |
| --- | --- |
| **هزینه پیش بینی شده** | **توضیح هزینه** |
|  | برنامه بازاریابی |
|  | مراسم 1 |
|  | مراسم معرفی 2 |
|  | ریپورتاژ تبلیغ |
|  | تبلیغات کلیکی |
|  | **هزینه کل** |

|  |
| --- |
| 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:

**سایت 1**

هدف کانال: [مثال: آگاهی از برند]

معیارهای سنجش موفقیت: [مثال: 50000 بازدید از صفحه منحصر به فرد در ماه]

**سایت 2**

هدف کانال: [مثال: آگاهی از برند]

معیارهای سنجش موفقیت: [مثال: 50000 بازدید از صفحه منحصر به فرد در ماه]

**سایت 3**

هدف کانال: [مثال: آگاهی از برند]

معیارهای سنجش موفقیت: [مثال: 50000 بازدید از صفحه منحصر به فرد در ماه]

**شبکه اجتماعی 1**

هدف کانال: [مثال: آگاهی از برند]

معیارهای سنجش موفقیت: [مثال: 50000 بازدید از صفحه منحصر به فرد در ماه]

**شبکه اجتماعی 2**

هدف کانال: [مثال: آگاهی از برند]

معیارهای سنجش موفقیت: [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 و 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 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 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 تبلیغاتی 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.]