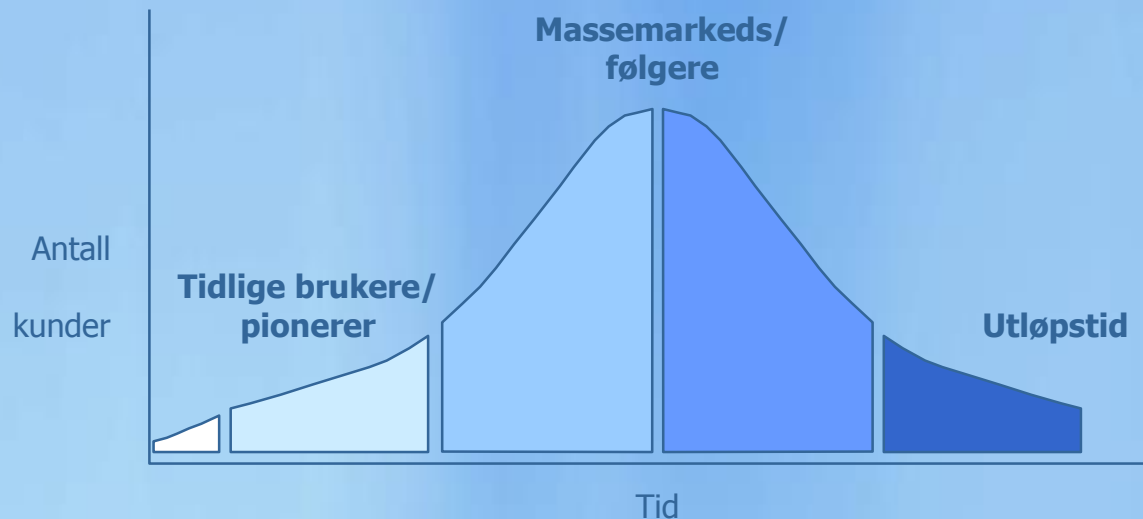


# [Produktnavn] Markedsføringsplan

[Navn]

# Markedssammendrag

- Marked: fortid, nåtid og fremtid
  - Gjennomgå endringer i markedsandel, lederskap, aktører, markedsendringer, kostnader, prising, konkurranse

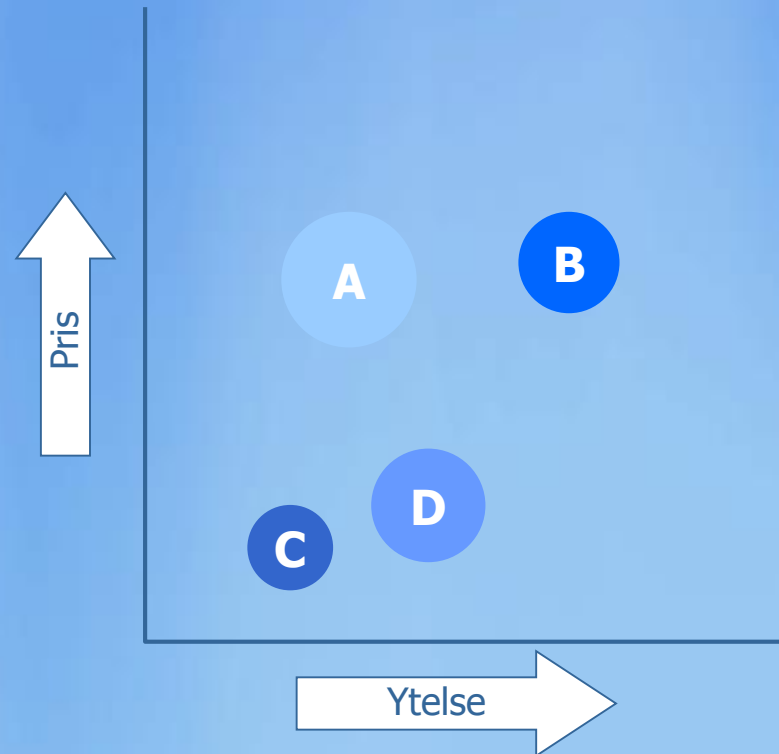


# Produktdefinisjon

- Beskriv produktet/tjenesten som skal markedsføres

# Konkurransen

- Det konkurransepregede miljøet
  - Gi en oversikt over produktkonkurrenter, deres sterke og svake sider
  - Plasser hver konkurrents produkt mot nytt produkt



# Plassering

- Plassering av produkt eller tjeneste
  - Uttalelse som klart definerer produktet i markedet og mot konkurransen over tid
- Forbrukerløfte
  - Uttalelse som sammenfatter fordelene ved produktet eller tjenesten for forbrukeren

# Kommunikasjonsstrategier

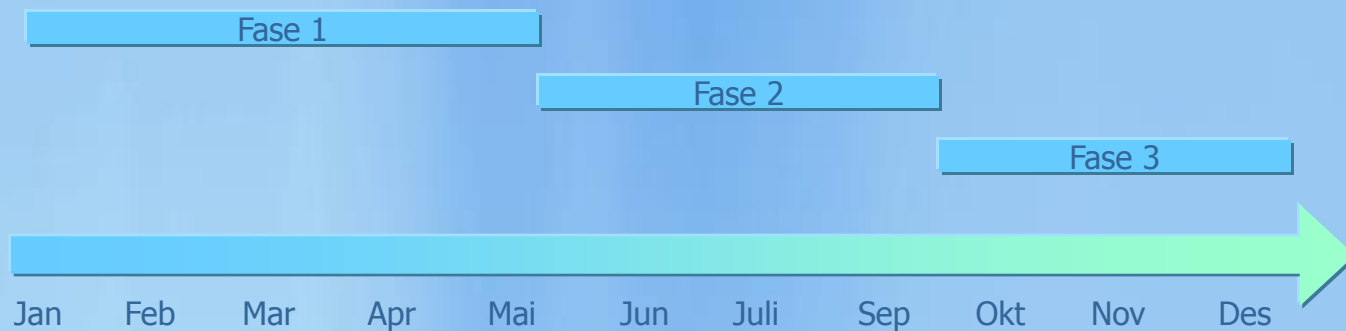
- Meldinger etter bruker
- demografi

# Pakking og oppfyllelse

- Produktpakking
  - Diskuter formfaktor, prising, utseende, strategi
  - Diskuter oppfyllelsessaker for elementer som ikke sendes direkte med produkt
- Varers inntakskost
  - Sammenfatt varers inntakskost og stykkliste på høyt nivå

# Lanseringsstrategier

- Lanseringsplan
  - Hvis produktet annonseres
- Kampanjebudsjett
  - Lever reservemateriale med detaljert budsjettinformasjon for gjennomgang





# PR

- Strategi og utførelse
  - PR-strategier
  - Høydepunkter i PR-planer
  - Ha ekstra PR-plan, inkludert lederkalendre, foredrag, konferanseplaner, osv.

# Reklame

- Strategi og utførelse
  - Oversikt over strategi
  - Oversikt over media og tidsberegning
  - Oversikt over reklameutgifter

# Andre reklamefremstøt

- Direkte markedsføring
  - Oversikt over strategi, hjelpemidler og tidsberegning
  - Oversikt over responsmål, mål og budsjett
- Tredjeparts markedsføring
  - Felles markedsføringsarrangementer med andre firmaer
- Markedsføringsprogrammer
  - Andre reklameprogrammer

# Prising

- Prising
  - Sammenfatt bestemt prising eller bestemte prisstrategier
  - Sammenlign med lignende produkter
- Policyer
  - Sammenfatt policy som er relevant for å forstå viktige prisspørsmål

# Distribusjon

- Distribusjonsstrategi
- Distribusjonskanaler
  - Sammenfatt distribusjonskanaler
- Distribusjon per kanal
  - Vis plan for hvilken prosentandel av distribusjon som skal utføres av hver kanal – et sektordiagram kan være nyttig

# Vertikale markeder/segmenter

- Vertikale markedsmuligheter
  - Diskuter bestemte markedssegmentmuligheter
  - Behandle distribusjonsstrategier for disse markedene eller segmentene
  - Behandle bruk av partnerroller til tredjeparter i distribusjon til vertikale markeder

# Internasjonalt

- Internasjonal distribusjon
  - Behandle distribusjonsstrategier
  - Diskuter spørsmål som er spesifikke for internasjonal distribusjon
- Internasjonal prisstrategi
- Lokaliseringsspørsmål
  - Fremhev krav for lokale produktvariasjoner

# Suksessformularer

- Mål for første år
- Mål for flere år
- Mål for suksess/fiasko
- Krav til suksess



# Tidsplan

- Høydepunkt i 18 måneders tidsplan
- Tidsberegning
  - Isoler tidsberegningsavhengigheter som er avgjørende for suksess

