



მარკეტინგული გეგმის შექმნის ინსტრუქცია



ნიმუში დაგეხმარებათ კარგი მარკეტინგული გეგმის შემუშავებაში, რაც აუცილებელია ბიზნესის წარმატებისთვის. ის შესაძლებლობას მოგცემთ მოახდინოთ თქვენი მომხმარებლების და კონკურენტების იდენტიფიცირება. მარკეტინგული გეგმა თქვენს ბიზნესზე უნდა იყოს ორიენტირებული.



[ბიზნესის სახელი] მარკეტინგული გეგმა [წელი]

[თქვენი ბიზნესის ლოგო]

[თქვენი სახელი]

[ბიზნესის სახელი]

[ბიზნესის მისამართი]

[საიდენტიფიკაციო კოდი]

[*ბიზნესის სახელი*]

მარკეტინგული გეგმა

მომზადებულია: [მომზადების თარიღი]

სარჩევი

მარკეტინგული გეგმის შეჯამება.....	3
ბიზნესი.....	3
სამომავლო გეგმები.....	3
ბაზარი.....	3
ფინანსები.....	4
ბიზნესი.....	4
ბიზნესის მიმოხილვა.....	4
S.W.O.T. ანალიზი.....	4
S.W.O.T. სამოქმედო გეგმა.....	4
პროდუქტები/მომსახურებები.....	5
გაყიდვების/მარკეტინგის პერსონალი.....	6
მომავალი.....	7
ხედვა.....	7
მისიის განაცხადი.....	7
მიზნები/ამოცანები.....	7
ბაზარი.....	8
უნიკალური გასაყიდი პოზიცია.....	8
თქვენი მომხმარებლები/კლიენტები.....	8
თქვენი კონკურენტები.....	8
ბაზრის კვლევა.....	9
ბაზრის მიზნები.....	9
გარემოს/ინდუსტრიის ანალიზი.....	10
მარკეტინგული სტრატეგია.....	10
რეკლამა და გაყიდვები.....	11
ფინანსები.....	13
ფასი.....	13
მოსალოდნელი გაყიდვები.....	13
მარკეტინგული ბიუჯეტი [წელი].....	14
საქმიანობის კონტროლი/შეფასება.....	15
დამხმარე დოკუმენტაცია.....	16

მარკეტინგული გეგმის შეჯამება

[ეს გვერდი შეავსეთ ბოლოს]

[თქვენი მარკეტინგული გეგმის შეჯამება უნდა შეივსოს ბოლოს და არ უნდა იყოს ერთ გვერდზე მეტი. ის უნდა ასახავდეს ინფორმაციას იმის შესახებ თუ რატომ იქნება თქვენი ბიზნესი წარმატებული. ქვემოთ უნდა ჩამოაყალიბოთ მოკლე პასუხები იმ კითხვებზე რაზეც მარკეტინგული გეგმის ძირითად ნაწილში ვრცლად ისაუბრებთ.]

ბიზნესი

ბიზნესის სახელი: [შეიყვანეთ თქვენი ბიზნესის სარეგისტრაციო სახელი. თუ არ გაქვთ დარეგისტრირებულ თქვენი ბიზნესის სახელი, დაამატეთ სავარაუდო ბიზნესის სახელი.]

ბიზნესის სამართლებრივი ფორმა: [ინდივიდუალური მეწარმე, სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (სპს), კომანდიტური საზოგადოება (კს), შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (შპს), სააქციო საზოგადოება (სს, კორპორაცია) და კოოპერატივი.]

საიდენტიფიკაციო კოდი: [დარეგისტრირებული საიდენტიფიკაციო კოდი.]

ბიზნესის დასახელება: [დარეგისტრირებული სახელი საჯარო რეესტრში.]

ბიზნესის ადგილმდებარეობა: [ძირითადი ბიზნესის ადგილმდებარეობა.]

დაფუძნების თარიღი: [თარიღი როცა დაიწყო ფუნქციონირება.]

ბიზნესის მფლობელი(ები): [ბიზნესის მფლობელების სია.]

შესაბამისი მფლობელის გამოცდილება: [მოკლედ აღწერეთ თქვენი გამოცდილება და /ან სამუშაო გამოცდილება ინდუსტრიაში და რაიმე მნიშვნელოვანი მიღწევები/ჯილდოები.]

პროდუქტები/ მომსახურებები: [რა პროდუქტებს/მომსახურებებს ყიდით? რა არის მოსალოდნელი მოთხოვნა თქვენს პროდუქტებზე/მომსახურებებზე?]

სამომავლო გეგმები

სამომავლო ხედვა:

[სამომავლო ხედვა მოკლედ უნდა აღწერდეს ბიზნესის სამომავლო გეგმებს. მკაფიოდ უნდა იყოს აღწერილი ბიზნესთან დაკავშირებული ყველა მიზანი.]

მიზნები/ამოცანები:

[რა არის თქვენი მოკლევადიანი და გრძელვადიანი ამოცანები? რა ღონისძიებები უნდა განხორციელდეს მათ მისაღწევად?]

ბაზარი

მიზნობრივი ბაზარი:

[ვინ არის თქვენი მომხმარებელი? რატომ უნდა იყიდონ თქვენი პროდუქტები/მომსახურებები და არა სხვისი?]

მარკეტინგული სტრატეგია:

[როგორ გეგმავთ ბაზარზე შესვლას? როგორ ფიქრობთ მომხმარებლების მოზიდვას? როგორ და რატომ იმუშავებს თქვენ მიერ შემუშავებული სტრატეგია?]

ფინანსები

[მოკლედ აღწერეთ თქვენი გაყიდვების პროგნოზი. რა თანხა იქნება ავანსად საჭირო? საიდან გეგმავთ ამ სახსრების მიღებას? რა თანხები იქნება სხვა წყაროებიდან მოძიებული? რამდენის გაღებას გეგმავთ საკუთარი სახსრებიდან ბიზნესის ხელშეწყობისთვის?]

ბიზნესი

ბიზნესის მიმოხილვა

[ვინ არიან არსებული ბიზნესის მფლობელები? რა პროდუქციას/მომსახურებას სთავაზობს ბიზნესი? სად მდებარეობს ბიზნესი? რამდენი ხანია ფუნქციონირებს ბაზარზე?]

S.W.O.T. ანალიზი

[ქვემოთ მოყვანილ ცხრილში მიუთითეთ თითოეული თქვენი ბიზნესის ძლიერი და სუსტი მხარეები, შესაძლებლობები და საფრთხეები.]

ძლიერი მხარეები	სუსტი მხარეები
[მაგ: ბიზნესის მდებარეობა მოძრაობის თვალსაზრისით აქტიურ ადგილას]	[მაგ: ქირის მაღალი ხარჯი]
შესაძლებლობები	საფრთხეები
[მაგ: დაეყრდნონ მომხმარებელს და ბრენდის ლოიალურობას]	[მაგ: ფულადი ნაკადების პრობლემები]

S.W.O.T. სამოქმედო გეგმა

[მონახაზი გააკეთეთ თუ როდის და როგორ აპირებთ ზემოთ მოცემულ S.W.O.T. ანალიზში არსებული სუსტი მხარეების და საფრთხეების გამკლავებას.]

S.W.O.T სუსტი მხარეები /საფრთხეები	აქტივობები რომელის მიმართულია სუსტი მხარეების/საფრთხეების დასაძლევად	დასრულების თარიღი
[სუსტი მხარეების ან საფრთხეების აღწერა]	[რა აქტივობებია დაგეგმილი სუსტი მხარეებთან ან საფრთხეებთან გასამკლავებლად?]	[სავარაუდო დასრულების თარიღი]
[სუსტი მხარეების ან საფრთხეების აღწერა]	[რა აქტივობებია დაგეგმილი სუსტი მხარეებთან ან საფრთხეებთან გასამკლავებლად?]	[სავარაუდო დასრულების თარიღი]

S.W.O.T სუსტი მხარეები /საფრთხეები	აქტივობები რომელის მიმართულია სუსტი მხარეების/საფრთხეების დასაძლევად	დასრულების თარიღი
[სუსტი მხარეების ან საფრთხეების აღწერა]	[რა აქტივობებია დაგეგმილი სუსტი მხარეებთან ან საფრთხეებთან გასაძლევად?]	[სავარაუდო დასრულების თარიღი]

პროდუქტები/მომსახურებები

პროდუქტი/მომსახურება	აღწერა	ფასი
[პროდუქტის/მომსახურების დასახელება]	[პროდუქტის/მომსახურების მოკლე აღწერა]	[ერთეულის ფასი დღგ-ს ჩათვლით]
[პროდუქტის/მომსახურების დასახელება]	[პროდუქტის/მომსახურების მოკლე აღწერა]	[ერთეულის ფასი დღგ-ს ჩათვლით]
[პროდუქტის/მომსახურების დასახელება]	[პროდუქტის/მომსახურების მოკლე აღწერა]	[ერთეულის ფასი დღგ-ს ჩათვლით]

საბაზრო პოზიცია: [შეესაბამება თუ არა თქვენი პროდუქტი/სერვისი ბაზარს? არის თუ არა პროდუქტი/სერვისი მაღალი დონის, კონკურენტული თუ ეკონომიური? როგორ შეადარებთ თქვენს კონკურენტებს?]

უნიკალური სავაჭრო შეთავაზება: [როგორ მიაღწევს წარმატებას თქვენი პროდუქტი/მომსახურება იქ სადაც სხვები შეიძლება იყვნენ წარუმატებლები? რა განაპირობებს თქვენი პროდუქტის/მომსახურების უნიკალურობას?]

მოსალოდნელი მოთხოვნა: [რა არის მოსალოდნელი მოთხოვნა თქვენს პროდუქტზე/მომსახურებაზე? მაგალითად, რამდენს შეიძენს ინდივიდუალური მომხმარებელი 6 თვეში ან 12 თვეში?]

საფასო სტრატეგია: [გაქვთ თუ არა კონკრეტული საფასო სტრატეგია? რატომ აირჩიეთ ეს სტრატეგია?]

მომხმარებლის მნიშვნელობა: [როგორ ხედავს თქვენი მომხმარებელი თქვენს პროდუქტებს/მომსახურებას? პროდუქტები აუცილებელი მოხმარებისაა, ფუფუნების საგნებია თუ მათ შორის?]

ზრდის პოტენციალი: [რა არის პროდუქტის მოსალოდნელი პროცენტული ზრდა მომავალში? რა განაპირობებს ზრდას?]

გაყიდვების/მარკეტინგის პერსონალი

ვაკანსიის დასახელება	სახელი, გვარი	მოთხოვნები
[მაგ: მარკეტინგის/გაყიდვების მენეჯერი]	[ბატონი/ქალბატონი სახელი, გვარი]	[რა არის ძირითადი მოთხოვნები ამ პოზიციაზე?]
[მაგ: მარკეტინგის/გაყიდვების მენეჯერი]	[ბატონი/ქალბატონი სახელი, გვარი]	[რა არის ძირითადი მოთხოვნები ამ პოზიციაზე?]
[მაგ: მარკეტინგის/გაყიდვების მენეჯერი]	[ბატონი/ქალბატონი სახელი, გვარი]	[რა არის ძირითადი მოთხოვნები ამ პოზიციაზე?]

მომავალი

ხედვა

[რა არის თქვენი ბიზნესის ხედვა?ის მოკლედ უნდა აღწერდეს თქვენი ბიზნესის სამომავლო გეგმებს და ასევე მოიცავდეს საერთო მიზნებს.]

მისიის განაცხადი

[რა არის თქვენი ბიზნესის მისია? (მაგ: როგორ იქნება მიღწეული თქვენი ბიზნესის ხედვა?)

მიზნები/ამოცანები

[რა არის თქვენი მოკლე და გრძელვადიანი მიზნები? რა უნდა განხორციელდეს ამ მიზნების მისაღწევად?]

ბაზარი

უნიკალური გასაყიდი პოზიცია

[როტომ არის ბიზნესი უნიკალური ბაზარზე? რა განსხვავებებს თქვენს პროდუქტებს/სერვისებს სხვა პროდუქტებისგან/სერვისებისგან? რა გამოარჩევს თქვენს ბიზნესს სხვა კონკურენტებისგან? რა პროდუქტის დეფიციტის ან მომსახურების საჭიროების შევსებაა საჭირო მომხმარებლების მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად?]

თქვენი მომხმარებლები/კლიენტები

მომხმარებელთა დემოგრაფია

[განსაზღვრეთ ვინ არის თქვენი სამიზნე მომხმარებელი და როგორია მათი ქცევა. მომხმარებლის შესახებ ინფორმაცია უნდა მოიცავდეს ასაკს, სქესს, სოციალურ მდგომარეობას, განათლებას და დამოკიდებულებას. რა არის მათი ცხოვრების წესი, საქმიანობა, ღირებულებები, საჭიროებები, ინტერესები ან მოსაზრებები? სად არის მათი ადგილსამყოფელი?]

ძირითადი მომხმარებლები

[განსაზღვრეთ ძირითადი მომხმარებლები. (ეს შეიძლება იყოს თქვენი პროდუქტის/სერვისის მომხმარებელთა დიდი რაოდენობა ან კერძო პირი, რომლის მოთხოვნის დაკმაყოფილება არის მნიშვნელოვანი ბიზნესის წარმატებისთვის.) როგორ იქნება თქვენი პროდუქტი/სერვისი მათზე მიზანმიმართული? როგორ მიაწვდით თქვენს პროდუქტებს/მომსახურებას მათ?]

მომხმარებელთა მართვა

[როგორ უნდა შეინარჩუნო მომხმარებელთან კარგი ურთიერთობა? რა ტექნიკას იყენებ ამისთვის? როგორ შეინარჩუნებთ მომხმარებლებს? დანერგეთ თუ არა მომხმარებელთა მომსახურების სტანდარტები? მიყვებით თუ არ რაიმე კონკრეტულ პრაქტიკას?]

თქვენი კონკურენტები

[როგორ აფასებთ თქვენს კონკურენტებს? როგორ შეიძლება თქვენი ბიზნესის შეთავაზებები მათზე უკეთესი იყოს?]

დეტალები კონკურენტების შესახებ

[ქვემოთ მოცემულ ცხრილში ჩამოთვალეთ სულ მცირე 5 კონკურენტი მაინც.]

კონკურენტი	დაფუძნების თარიღი	მოცულობა	ბაზრის წილი (%)	მნიშვნელოვანი მომხმარებლისთვის	ძლიერი მხარეები	სუსტი მხარეები
[სახელი]	[როდის დაფუძნდნენ ბაზარზე?]	[პერსონალის რაოდენობა და ბრუნვა]	[სავარაუდო პროცენტული წილი ბაზარზე]	[უნიკალური ღირებულება მომხმარებლისთვის, მაგ: სარგებელი, ხარისხი, ფასი ან მომსახურება?]	[რა არის თქვენი კონკურენტების ძირითადი ძლიერი მხარეები?]	[რა არის თქვენი კონკურენტების ძირითადი სუსტი მხარეები?]
[სახელი]	[როდის დაფუძნდნენ ბაზარზე?]	[პერსონალის რაოდენობა და ბრუნვა]	[სავარაუდო პროცენტული წილი ბაზარზე]	[უნიკალური ღირებულება მომხმარებლისთვის, მაგ: სარგებელი, ხარისხი, ფასი ან მომსახურება?]	[რა არის თქვენი კონკურენტების ძირითადი ძლიერი მხარეები?]	[რა არის თქვენი კონკურენტების ძირითადი სუსტი მხარეები?]
[სახელი]	[როდის დაფუძნდნენ ბაზარზე?]	[პერსონალის რაოდენობა და ბრუნვა]	[სავარაუდო პროცენტული წილი ბაზარზე]	[უნიკალური ღირებულება მომხმარებლისთვის, მაგ: სარგებელი, ხარისხი, ფასი ან მომსახურება?]	[რა არის თქვენი კონკურენტების ძირითადი ძლიერი მხარეები?]	[რა არის თქვენი კონკურენტების ძირითადი სუსტი მხარეები?]
[სახელი]	[როდის დაფუძნდნენ ბაზარზე?]	[პერსონალის რაოდენობა და ბრუნვა]	[სავარაუდო პროცენტული წილი ბაზარზე]	[უნიკალური ღირებულება მომხმარებლისთვის, მაგ: სარგებელი, ხარისხი, ფასი ან მომსახურება?]	[რა არის თქვენი კონკურენტების ძირითადი ძლიერი მხარეები?]	[რა არის თქვენი კონკურენტების ძირითადი სუსტი მხარეები?]
[სახელი]	[როდის დაფუძნდნენ ბაზარზე?]	[პერსონალის რაოდენობა და ბრუნვა]	[სავარაუდო პროცენტული წილი ბაზარზე]	[უნიკალური ღირებულება მომხმარებლისთვის, მაგ: სარგებელი, ხარისხი, ფასი ან მომსახურება?]	[რა არის თქვენი კონკურენტების ძირითადი ძლიერი მხარეები?]	[რა არის თქვენი კონკურენტების ძირითადი სუსტი მხარეები?]

ბაზრის კვლევა

[რა კვლევა ჩაატარეთ ბაზრის ანალიზისთვის? გამოიყენეთ კვლევა/კითხვარი? თუ კი, მაშინ შეგიძლიათ ბოლოში მიაბათ ამ გეგმას თქვენი კვლევა/კითხვარი და შედეგები/დასკვნები.]

ბაზრის მიზნები

[მონახაზი გააკეთეთ თქვენი დაგეგმილი გაყიდვების მიზნებზე. რა რაოდენობის პროდუქტის/მომსახურების გაყიდვას გეგმავთ დადგენილ ვადაში? ეს მიზნები ყოველთვის უნდა იყოს რეალური?]

გარემოს/ინდუსტრიის ანალიზი

[ჩამოაყალიბეთ თქვენს მიერ განხორციელებული ბაზრის კვლევის შედეგები. არის თუ არა რეგიონში მოსახლეობის ზრდა? არის თუ არა გრძელვადიანი დამსაქმებელი რეგიონში? არის თუ არა რეგიონის ეკონომიკა სტაბილური? არის თუ არა სეზონური გადახრები?

რა არის ბაზრის ზომა? რა ბოლოდროინდელი ტენდენციები გაჩნდა ბაზარზე? ზრდის როგორი პოტენციალი არსებობს და რამდენად ერგებით მას? როგორ შეიცვლება ბაზარი/მომხმარებელი, როცა შეხვალთ ბაზარზე? რა გარე ფაქტორები მოახდენს გავლენას თქვენს მომხმარებლებზე?

მარკეტინგული სტრატეგია

[რა არის თქვენი ზოგადი მარკეტინგული სტრატეგია? რა ნაბიჯებს და აქტივობებს განახორციელებთ თქვენი მიზნების მისაღწევად?]

მარკეტინგული აქტივობა / მნიშვნელოვანი მოვლენა	პასუხისმგებელი პირი	სავარაუდო დასრულების თარიღი	დანახარჯი (\$)	წარმატების ინდიკატორი
[ბეჭდვითი რეკლამა, ონლაილ რეკლამა, გარე რეკლამა, სუვენირები, მედია რელიზი, ღონისძიება, ვებ-გვერდი, ბლოგი / სოციალური მედია, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, ბრენდინგი და საილუსტრაციო მასალები, ან პუბლიკაციები და კატალოგები.]	[ვინ არის პასუხისმგებელი ამ დავალებების შესრულებაზე?]	[როდის ელოდებით მარკეტინგული აქტივობის დასრულებას]	[აქტივობებისთვის გაწეული სავარაუდო ხარჯები.]	[რა ინდექსით უნდა გავზომოთ შესრულებული აქტივობის წარმატება?]
[ბეჭდვითი რეკლამა, ონლაილ რეკლამა, გარე რეკლამა, სუვენირები, მედია რელიზი, ღონისძიება, ვებ-გვერდი, ბლოგი / სოციალური მედია, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, ბრენდინგი და საილუსტრაციო მასალები, ან პუბლიკაციები და კატალოგები.]	[ვინ არის პასუხისმგებელი ამ დავალებების შესრულებაზე?]	[როდის ელოდებით მარკეტინგული აქტივობის დასრულებას]	[აქტივობებისთვის გაწეული სავარაუდო ხარჯები.]	[რა ინდექსით უნდა გავზომოთ შესრულებული აქტივობის წარმატება?]
[ბეჭდვითი რეკლამა, ონლაილ რეკლამა, გარე რეკლამა, სუვენირები, მედია რელიზი, ღონისძიება, ვებ-გვერდი, ბლოგი / სოციალური მედია, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, ბრენდინგი და საილუსტრაციო მასალები, ან პუბლიკაციები და კატალოგები.]	[ვინ არის პასუხისმგებელი ამ დავალებების შესრულებაზე?]	[როდის ელოდებით მარკეტინგული აქტივობის დასრულებას]	[აქტივობებისთვის გაწეული სავარაუდო ხარჯები.]	[რა ინდექსით უნდა გავზომოთ შესრულებული აქტივობის წარმატება?]

მარკეტინგული აქტივობა / მნიშვნელოვანი მოვლენა	პასუხისმგებელი პირი	სავარაუდო დასრულების თარიღი	დანახარჯი (\$)	წარმატების ინდიკატორი
[ბეჭდვითი რეკლამა, ონლაილ რეკლამა, გარე რეკლამა, სუვენირები, მედია რელიზი, ღონისძიება, ვებ-გვერდი, ბლოგი / სოციალური მედია, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, ბრენდინგი და საილუსტრაციო მასალები, ან პუბლიკაციები და კატალოგები.]	[ვინ არის პასუხისმგებელი ამ დავალებების შესრულებაზე?]	[როდის ელოდებით მარკეტინგული აქტივობის დასრულებას?]	[აქტივობებისთვის გაწეული სავარაუდო ხარჯები.]	[რა ინდექსით უნდა გავზომოთ შესრულებული აქტივობის წარმატება?]

რეკლამა და გაყიდვები

სარეკლამო და სტიმულირების სტრატეგია

დაგეგმილი პრომოუშები /სარეკლამო ტიპი	სტიმულირების სტრატეგია	მოსალოდნელი ბიზნესის გაუმჯობესება	დანახარჯი (\$)	დადგენილი ვადები
[ბეჭდური მედია რეკლამირება, ონლაინ რეკლამირება, სმს რეკლამირება, გარე რეკლამა, მედია რელიზი, სოციალური მედია კამპანია ან ღონისძიება.]	[რატომ გადაწყვიტეთ ამ პრომოუშენის/ რეკლამის ტიპის გამოყენება? როგორ და როდის იყენებთ მას? რა არის თქვენი სტრატეგია? ვინ ადევნებს თვალს თქვენი სოციალური მედიის არსებობას?]	[არის მოლოდინი რომ ის გააუმჯობესებს თქვენი ბიზნესის წარმატებას?]	[აქტივობებზე გაწეული სავარაუდო დანახარჯები.]	[მაგ: 09.12.2015]
[ბეჭდური მედია რეკლამირება, ონლაინ რეკლამირება, სმს რეკლამირება, გარე რეკლამა, მედია რელიზი, სოციალური მედია კამპანია ან ღონისძიება.]	[რატომ გადაწყვიტეთ ამ პრომოუშენის/ რეკლამის ტიპის გამოყენება? როგორ და როდის იყენებთ მას? რა არის თქვენი სტრატეგია? ვინ ადევნებს თვალს თქვენი სოციალური მედიის არსებობას?]	[არის მოლოდინი რომ ის გააუმჯობესებს თქვენი ბიზნესის წარმატებას?]	[აქტივობებზე გაწეული სავარაუდო დანახარჯები.]	[მაგ: 09.12.2015]
[ბეჭდური მედია რეკლამირება, ონლაინ რეკლამირება, სმს რეკლამირება, გარე რეკლამა, მედია რელიზი, სოციალური მედია კამპანია ან ღონისძიება.]	[რატომ გადაწყვიტეთ ამ პრომოუშენის/ რეკლამის ტიპის გამოყენება? როგორ და როდის იყენებთ მას? რა არის თქვენი სტრატეგია? ვინ ადევნებს თვალს თქვენი სოციალური მედიის არსებობას?]	[არის მოლოდინი რომ ის გააუმჯობესებს თქვენი ბიზნესის წარმატებას?]	[აქტივობებზე გაწეული სავარაუდო დანახარჯები.]	[მაგ: 09.12.2015]
[ბეჭდური მედია რეკლამირება, ონლაინ რეკლამირება, სმს რეკლამირება, გარე რეკლამა, მედია რელიზი, სოციალური მედია კამპანია ან ღონისძიება.]	[რატომ გადაწყვიტეთ ამ პრომოუშენის/ რეკლამის ტიპის გამოყენება? როგორ და როდის იყენებთ მას? რა არის თქვენი სტრატეგია? ვინ ადევნებს თვალს თქვენი სოციალური მედიის არსებობას?]	[არის მოლოდინი რომ ის გააუმჯობესებს თქვენი ბიზნესის წარმატებას?]	[აქტივობებზე გაწეული სავარაუდო დანახარჯები.]	[მაგ: 09.12.2015]

სოციალური მედია სტრატეგია

[რას გინდათ რომ მიაღწიოთ/დაუკავშირდეთ (ბრენდის ცნობადობის ამაღლება, ონლაინ გაყიდვები და ა.შ.)? სოციალური მედიის რა ინსტრუმენტებს იყენებენ თქვენი მომხმარებლები (მაგ: ბლოგები, Twitter, Facebook და ა.შ.)? რა სტრატეგიას იყენებთ აღნიშნულ მომხმარებლებთან ურთიერთობის დასამყარებლად? ვინ აწესრიგებს სოციალური მედიის ფუნქციონირებას - გყავთ თუ არა შიდა პერსონალი ამისთვის ან თუ იყენებთ გარე რესურსებს?]

გაყიდვების სტრატეგია

[გაყიდვების რა ტექნიკას იყენებთ? როგორია თქვენი სტრატეგია ამ ტექნიკის მიღმა? რით არის ის განსხვავებული/ უკეთესი თქვენი კონკურენტებისგან?]

გაყიდვების და დისტრიბუციის არხები

არხები	პროდუქტი/მომსახურება	გაყიდვების წილი	დისტრიბუციის სტრატეგია
[მაგ: მაღაზიის ფასადი, ინტერნეტი, პირდაპირი მეილი, ექსპორტი ან საბითუმო.]	[ჩამოთვალეთამ ამ არხით გაყიდული ყველა პროდუქტი/მომსახურება]	[საერთო გაყიდვების რა პროცენტს ვარაუდობთ რომ გაყიდით ამ არხის საშუალებით?]	[რატომ გადაწყვიტეთ ამ არხის გამოყენება? როგორ და როდის გამოიყენებთ მას? რა არის სტრატეგია ამ არხის გამოყენების მიღმა კონკრეტული პროდუქტისთვის/მომსახურებისთვის?]
[მაგ: მაღაზიის ფასადი, ინტერნეტი, პირდაპირი მეილი, ექსპორტი ან საბითუმო.]	[ჩამოთვალეთამ ამ არხით გაყიდული ყველა პროდუქტი/მომსახურება]	[საერთო გაყიდვების რა პროცენტს ვარაუდობთ რომ გაყიდით ამ არხის საშუალებით?]	[რატომ გადაწყვიტეთ ამ არხის გამოყენება? როგორ და როდის გამოიყენებთ მას? რა არის სტრატეგია ამ არხის გამოყენების მიღმა კონკრეტული პროდუქტისთვის/მომსახურებისთვის?]
[მაგ: მაღაზიის ფასადი, ინტერნეტი, პირდაპირი მეილი, ექსპორტი ან საბითუმო.]	[ჩამოთვალეთამ ამ არხით გაყიდული ყველა პროდუქტი/მომსახურება]	[საერთო გაყიდვების რა პროცენტს ვარაუდობთ რომ გაყიდით ამ არხის საშუალებით?]	[რატომ გადაწყვიტეთ ამ არხის გამოყენება? როგორ და როდის გამოიყენებთ მას? რა არის სტრატეგია ამ არხის გამოყენების მიღმა კონკრეტული პროდუქტისთვის/მომსახურებისთვის?]

ფინანსები

[რომ დაასრულოთ მარკეტინგული გეგმის ფინანსური ნაწილი, აუცილებელია კარგად იყოს შესრულებული ფინანსური ანგარიშები და პროგნოზები.]

ფასი

[რა ფასი დაადეთ თქვენს პროდუქტს/მომსახურებას? მოიცავთ თუ არა ფასი ყველა დანახარჯს, მათ შორის: პირადი, საწყისი ხარჯი, საექსპლოატაციო, ფულადი სახსრების მოძრაობა, საბრუნავი კაპიტალი? არის თუ არა განაწილებული ზღვრული მოგება თქვენს გაანგარიშებაში? რა ფასის გადახდას შეძლებს თქვენი მიზნობრივი ბაზარი? ითვალისწინებს თუ არა თქვენი ფასი სეზონურობას თქვენი მომწოდებლების დანახარჯებში?]

მოსალოდნელი გაყიდვები

[რა არის თქვენი მოსალოდნელი გაყიდვები? როდის ფიქრობთ ამ მაჩვენებლების მიღწევას? აქვს თუ არა ადგილი სეზონურობას გავლენა?]

მარკეტინგული ბიუჯეტი [წელი]

[განიხილეთ ქვემოთ მოცემული მაგალითი, როცა თქვენ მარკეტინგულ ბიუჯეტს ჩამოაყალიბებთ, რომელიც თქვენი ბიზნეს გეგმის ნაწილია.]

პუნქტი	იანვარი	თებერვალი	მარტი	აპრილი	მაისი	ივნისი	ივლისი	აგვისტო	სექტემბერი	ოქტომბერი	ნოემბერი	დეკემბერი
მარკეტინგი/პრომოუშენი												
მარკეტინგის სააგენტო												
რადიო რეკლამა												
სატელევიზიო რეკლამა												
ბეჭდური რეკლამა												
ონლაინ რეკლამა												
სოციალური მედია												
ვებ-გვერდის ოპტიმიზაცია												
საფოსტო გზავნილები												
უფასო მიწოდება												
ლონისძიებები												
ბრენდინგი და საილუსტრაციო მასალები												
გაყიდვების დაგეგმვა												
პუბლიკაციები												
კატალოგები												
სხვა												
მარკეტინგი/პრომოუშენი სულ ჯამი	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0
სხვა												
კვლევა												
მოგზაურობა												
საფოსტო გზავნილი												
ადმინისტრაციული ხარჯები												
მეორეხარისხოვანი ხარჯები												
სხვა												
სხვა სულ ჯამი	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0
სულ ჯამი	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0	\$0.0

საქმიანობის კონტროლი/შეფასება

[მარკეტინგის შედეგების მიმოხილვა უნდა იყოს თქვენი პერიოდული საქმიანობა. ჩამოთვალეთ მიმოხილვის დეტალები ქვემოთ მოცემულ ცხრილში.]

მარკეტინგული აქტივობები	განხორციელების თარიღი	მონიტორინგის მეთოდები	შედეგები
<p>[ბეჭდური რეკლამა, ინტერნეტ რეკლამა, საფოსტო გზავნილები, უფასო მიწოდება, მედია რელიზი, ღონისძიება ვებ-გვერდები, ბლოგები/სოციალური მედია, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, ბრენდინგი და საილუსტრაციო მასალები, პუბლიკაციები და კატალოგები.]</p>	<p>[მაგ: თვე/წელი]</p>	<p>[რა საშუალებებს იყენებთ მარკეტინგული აქტივობის შედეგების გასაკონტროლებლად და შესაფასებლად?]</p>	<p>[რა შედეგები დაფიქსირდა პრომოუშენის პერიოდში? როგორი იყო თქვენი გაყიდვები/მოგება? რამდენი ახალი/განმეორებითი მომხმარებელი მიიღეთ? რამდენმა მომხმარებელმა მოინახულა თქვენი ვებ-გვერდი?]</p>
<p>[ბეჭდური რეკლამა, ინტერნეტ რეკლამა, საფოსტო გზავნილები, უფასო მიწოდება, მედია რელიზი, ღონისძიება ვებ-გვერდები, ბლოგები/სოციალური მედია, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, ბრენდინგი და საილუსტრაციო მასალები, პუბლიკაციები და კატალოგები.]</p>	<p>[მაგ: თვე/წელი]</p>	<p>[რა საშუალებებს იყენებთ მარკეტინგული აქტივობის შედეგების გასაკონტროლებლად და შესაფასებლად?]</p>	<p>[რა შედეგები დაფიქსირდა პრომოუშენის პერიოდში? როგორი იყო თქვენი გაყიდვები/მოგება? რამდენი ახალი/განმეორებითი მომხმარებელი მიიღეთ? რამდენმა მომხმარებელმა მოინახულა თქვენი ვებ-გვერდი?]</p>
<p>[ბეჭდური რეკლამა, ინტერნეტ რეკლამა, საფოსტო გზავნილები, უფასო მიწოდება, მედია რელიზი, ღონისძიება ვებ-გვერდები, ბლოგები/სოციალური მედია, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, ბრენდინგი და საილუსტრაციო მასალები, პუბლიკაციები და კატალოგები.]</p>	<p>[მაგ: თვე/წელი]</p>	<p>[რა საშუალებებს იყენებთ მარკეტინგული აქტივობის შედეგების გასაკონტროლებლად და შესაფასებლად?]</p>	<p>[რა შედეგები დაფიქსირდა პრომოუშენის პერიოდში? როგორი იყო თქვენი გაყიდვები/მოგება? რამდენი ახალი/განმეორებითი მომხმარებელი მიიღეთ? რამდენმა მომხმარებელმა მოინახულა თქვენი ვებ-გვერდი?]</p>

დამხმარე დოკუმენტაცია

მიზმული უნდა იყოს ის დამხმარე დოკუმენტაცია, რომელიც კავშირშია ბიზნეს გეგმასთან. მიზმული დოკუმენტები მოიცავს:

- *[ჩამოთვალეთ მიზმული დოკუმენტები. ის შეიძლება მოიცავდეს რეზიუმეს, მომხმარებლების კვლევას/კითხვარს და/ან ფინანსურ დოკუმენტს.]*