

MARKANDSPLAN

1. Beskriv målet med kommunikationen och projektet.

- Vi måste veta vad vi vill för att kunna berätta för rätt person!
Gärna något mätbart och tydligt och något mer visionärt.

2. Beskriv ert erbjudande/budskap och löfte

- Vad är det jag kommer få om jag går på ert event? Vad kan jag förvänta mig? Vad ska jag känna?
Löser det något av mina problem?

3. Vad är vår identitet?

Beskriv hur röst och tonen i kommunikationen av ert event ska vara. Detta för att ge en känsla till alla inblandade hur vi pratar till målgruppen.

Exempel på ord: Kunnig, rolig, glad, trygg, expert, ödmjuk, spännande, utmanande, engagerad, energifylld, auktoritär,

4. Beskriv målgruppen i stora drag och försök att visualisera en person ur den.

Vart bor person X, vilket kön har den, ålder, livsstil, vad tjänar den? Ställ dig frågorna: Är personen konservativ eller innovativ? Leder eller följer den? Hur ofta köper/går personen på det ni erbjuder? Vart hittar de information? Hur kan du få kundens uppmärksamhet? Vilka behov har personen? Vilka problem stöter den på i sin vardag?

Alla frågor behöver inte besvaras men testa och fundera över några!

Ofta utgår marknadsföringsarbetet från en primär och en sekundär målgrupp då vissa är lättare att nå men andra kanske behöver mer fokus.

5. Sweetspot

- När möts vårt mål och budskap med målgruppens behov?

När vi väl tagit fram denna, ha den som ledstjärna i allt arbete!

Ex: Lindex vill sälja kläder i stora mängder till målgruppen kvinnor 25-55 år.

Kvinnornas behov är prisvärda och kläder som följer trender. Sweetspot: Våra kläder får dig att känna dig vacker och se fantastisk ut.

6. Vad ska vi göra?

-vilka resurser har vi i kunskap, tid och ekonomi?

Utifrån det kan vi när vi vet **vad** vi ska säga och till **vem** bestämma **hur** och **vart** vi gör det.

7. Ansvarsfördelning

Vem är intresserad av vad? Gör det du är bra på men testa gärna något nytt!

8. Tidsplan

Hur långt tid kan ni lägga på de olika delarna? När ska det ske? Vad får det kosta? Vem är ansvarig?

9. Plattform och kanalval

Välj ut några områden/kanaler/saker ni vill använda och motivera varför.

Grafisk och visuell profil

flayer

logga

Affisch

Bilder

Sociala medier

Vilka?

Format - video, bilder, annonser, event

Hur få spridning?

Webb

Skapa egen eller använda en befintlig?

- Ta fram text och bild

- fundera på: Flera språk och tillgänglighet? När vi dem vi vill?

Press

Utskick till tidningar, tv och radio

22 tips för ett bra pressmeddelande <http://www.backendmedia.se/2009/03/15/sa-skriver-du-ett-pressmeddelande/>

Eller bara googla, finns massor av tips!

Kampanjer

Kan vi göra något för att synas lite extra?

Gerilla Marketing

Annonskampanj

10. Utvärdering

Glöm inte detta, för att lära sig vad som går bra eller att korrigera saker under tiden behöver vi utvärdera och analysera. Beskriv hur ni vill utvärdera er marknadsföring av evenemanget.