

PAZARLAMA PLANI OLUŐTURMA

- CHECKLIST -

- Çevresel faktörler üzerine genel de olsa bir bilgimiz var mı; yaptığımız plana bunu yansıtıyor muyuz? (Ekonomik gelişmeler; sektöre dair yasal gelişmeler; sosyolojik, kültürel alışkanlıkların değişimi vb.)
- Pazarın büyüklüğü, pazardaki trendler, pazar yapısı, rekabet üzerine yeterli bilgimiz var mı; yaptığımız plana bunu yansıtıyor muyuz?
- Ürün / hizmetimizin mevcut & potansiyel kullanıcılarını / müşterilerini tanıyor muyuz? Özellikleri neler (demografik özellikleri, yaşam tarzları, satın alım alışkanlıkları, tüketim alışkanlıkları, takip ettikleri mecralar gibi)
- İç kaynaklarımızı doğru tanımladık mı? Aşağıdaki konularda kısıtlarımızı / bariyerlerimizi biliyor muyuz?
 - Finansal kaynaklar
 - İnsan kaynakları ve yetkinlikleri
 - Operasyonel kaynaklar
 - Zaman
- Pazarlama karmasının tüm bileşenleri için strateji ve konumlamamız hazır mı?
 - Ürün (ürün gamı / çeşit & gramaj varyantları, logo, ambalaj, rakiplere göre konumlama – güçlü ve zayıf vaatleri, tanıtım için yapılacaklar...)
 - Fiyat (maliyet bazlı fiyatlandırma / rakibe göre fiyatlandırma / talebe göre fiyatlandırma)
 - Promosyon (satış kanallarına göre promosyon çeşitleri, promosyon anlaşmaları, promosyonların takvim planlaması)
 - Dağıtım & Satış (hangi bölge & kanallar, direkt dağıtım / distribütörle dağıtım, distribütör seçimi..)
- Tüm bu planlamaların pazarlama bütçesine yansımaları