

# Marknadsplanen från A till Ö

2 dagar

- så skapar du en marknadsplan
- så samlar du in relevanta fakta
- så kartlägger du egna styrkor och svagheter



Marknadsplanen ska vara ett av företagets övergripande styrdokument, men ofta hamnar den långt ner i skrivbordslådan. Lika viktigt som att ha en klar och logisk struktur på marknadsföringsinsatserna är det att få valda strategier och taktik att genomsyra verksamheten. Därför måste marknads-

planen upprättas på ett sådant sätt att den kan fungera som ett levande dokument.

På den här kursen lär du dig att upprätta en marknadsplan samt att följa upp och analysera effekterna av de planerade insatserna.

Utbildningen vänder sig till dig som

arbetar med marknadsföring och försäljning.

Nästa kursstart är den 18 oktober 2011 i Stockholm. Du kan boka dig på vår hemsida [www.foretagsuniversitetet.se](http://www.foretagsuniversitetet.se) eller ringa 08-600 62 00, det går också bra att faxa eller posta bifogade svarskort.



Box 10074  
121 27 Stockholm-Globen  
Telefon: 08-600 62 00  
Fax: 08-600 29 50

Många av deltagarna har också valt följande kurser:

- Marknadsföring – diplomutbildning
- Marknadskoordinator
- Projektledning – basutbildning
- Kundvård och försäljning
- Offert och avtal

Läs mer om våra kurser på [www.foretagsuniversitetet.se](http://www.foretagsuniversitetet.se)

# Marknadsplanen från A till Ö

## – marknadsplanering i praktiken

### Tider

Dag 1: 10.00-17.00, dag 2: 9.00-16.00.  
Kaffe serveras från 9.30.

### Deltagare

Produktchefer, marknadsförare, marknadsassistenter och andra som vill lära sig hur man gör en framgångsrik marknadsplan.

### Mål

Efter kursen ska deltagarna ha de kunskaper som behövs för att

- upprätta en marknadsplan för sin verksamhet
- utvärdera och analysera effekterna av de planerade marknadsinsatserna.

### Metod

Teori varvas med praktiska övningar, diskussioner och erfarenhetsutbyte.

### Kursledare

Bo Hilding

### Bokning och rådgivning

För bokning ring 08-600 62 00 eller skicka e-post till bokning@foretagsuniversitetet.se.

För information och kursrådgivning ring 08-600 62 00 eller skicka e-post till kurs@foretagsuniversitetet.se.

### Dag 1

#### ■ Marknadsplaneringens roll och syfte

- koppling till andra styrinstrument
- olika typer av marknadsplaner

#### ■ Faktainsamling

- konjunktur/samhällsinformation
- marknadsundersökningar
- affärsplan
- försäljning

#### ■ Marknadsplanens innehåll och uppbyggnad

#### ■ Affärsidé

- produkt/tjänst
- vision och mission
- marknadssituation
- makromiljö och trender
- marknadsutveckling
- konkurrenssituation
- produkt/varumärkesposition
- distributionsituation

#### ■ SWOT-analys

- styrkor
- svagheter
- möjligheter
- hot

#### ■ Marknadsstrategi

- segmentering
- målgrupp
- positionering
- varumärkesplattform
- produktlinje
- pris- och sortimentstrategi
- distributionsstrategi

### Dag 2

#### ■ Marknadsplanens innehåll, fortsättning

#### ■ Mål

- försäljningsmål
- resultat- och lönsamhetsmål
- varumärkesmål
- kommunikationsmål
- service-/mervärdesmål

#### ■ Kampanj- och handlingsplan

- målgrupp
- varumärke
- positionering
- kommunikationskanaler
- media
- events/sponsring
- PR/information
- kvalitet/miljö/etik
- säljstöd och införsäljning
- tidsplan

#### ■ Resultat och lönsamhetsbudget

- marknadsbudget

#### ■ Uppföljning

- resultat- och kostnadsuppföljning
- försäljningsanalys
- kampanj- och kommunikationsuppföljning
- kundundersökningar

Marknadsplanen från A till Ö, 2 dagar

Datum	Ort	Kursavgift
18-19 oktober 2011	Stockholm	12 500
<i>Stockholm, Globen City, Arenavägen 61. Hotellrum på Quality Hotel Globe kan bokas till reducerat pris. Telefon 08-686 63 00. <a href="http://www.globehotel.se">www.globehotel.se</a></i>		
<i>Tider, 10.00-17.00 första dagen och 09.00-16.00 andra dagen.</i>		
<i>I kursavgiften ingår kursdokumentation, luncher samt för- och eftermiddagskaffe. Moms tillkommer.</i>		

