

نموذج خطة تسويقية

كيفية عمل خطة تسويقية لشركة بصريات ؟

تحديد المنصات الملائمة للترويج لعملك.

إنشاء تقويم لتنفيذ حملاتك التسويقية.

حاول الاجابة عن الاسئلة المتداولة للعملاء.

تتم إدارة حملات التسويق الإلكتروني على ستة مراحل وهي:

- المرحلة الأولى: دراسة العلامة التجارية وتحديد نقاط القوة.
- المرحلة الثانية: دراسة العملاء واختبار الشريحة الأنسب.
- المرحلة الثالثة: تحديد أهداف الحملة الإعلانية ووضع إستراتيجية محددة.
- المرحلة الرابعة: إعداد الميزانية وتحديد منصات النشر والخطة الزمنية.
- المرحلة الخامسة: النشر مع مراقبة أداء الحملة بشكل دوري.
- المرحلة السادسة: إعداد تقارير نتائج الحملة وتقديمها على أساس شهري أو أسبوعي.

علامة التبويب 2

