

PAZARLAMA PLANI ANALİZİ

İşletme olarak şu an neredeyiz?		
İşletme olarak nereye varmak istiyoruz?		
Hedeflediğimiz haftalık aylık ve yıllık ürün-hizmet miktarı nedir?		
Hedeflediğimiz haftalık aylık ve yıllık gelir tutarı nedir?		
Ne kadar kar bekliyorsunuz?		
Bu hedeflere nasıl ulaşabilirsiniz?		
Bu hedeflere ulaşmak için neler yapmalısınız?		
Bu hedeflere ulaşmak için zaman programınız nedir?		
Bu hedeflere ulaşmak için işbirliği, yönetim ve çalışanlarımız kimler olmalı?		
Bu hedeflere ulaşmak için performansımız ne olmalı?		
Gelişme faaliyetlerini nasıl ölçeceğiz?		
Hangi konularda değişiklik yapabiliriz?		

BU SORULARA VE CEVAPLARA GÖRE PAZARLAMA PLANI ŞU AŞAMALARDAN OLUŞUR

- 1.DURUM ANALİZİ
- 2.PAZARLAMA HEDEFLERİNİN SAPTANMASI
- 3.PAZARLAMA STRATEJİSİNİN BELİRLENMESİ
- 4.UYGULAMA PROGRAMININ GELİŞTİRİLMESİ
- 5.BÜTÇENİN HAZIRLANMASI
- 6.KONTROL