

# مارکتینگ پلن

کمپین معرفی محصول جدید (مثال)

# بیانیه ماموریت برند

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است، چاپگرها و متون بلکه روزنامه و مجله در ستون و سطرآنچنان که لازم است، و برای شرایط فعلی تکنولوژی مورد نیاز، و کاربردهای متنوع با هدف به گوی سوالات پیوسته اهل دنیای موجود طراحی اساسا مورد استفاده قرار گیرد.

# ارزش‌های پیشنهادی برنند

لورم ایپسوم متن ساختگی با تولید سادگی نامفهوم از صنعت چاپ، و با استفاده از طراحان گرافیک است، چاپگرها و متون بلکه روزنامه و مجله در ستون و سطرآنچنان که لازم است، و برای شرایط فعلی تکنولوژی مورد نیاز، و کاربردهای متنوع با هدف به گوی سوالات پیوسته اهل دنیای موجود طراحی اساسا مورد استفاده قرار گیرد.

# آمیخته بازاریابی

برای آنکه خیلی شفافتر برنمدتان را تعریف کنید این جدول را پر کنید. (برای اطلاعات بیشتر مقاله «[آمیخته بازاریابی چیست؟](#)» را بخوانید.

Product/Service Marketed	Price	Place	Promotion

# بخش بندی بازار

اینجا افرادی که در این برنامه یا کمپین می‌خواهید هدف قرار دهید را معرفی کنید.

۱

افراد مبتلا به  
بیماری سلپاک  
مهم‌ترین گروه  
هدف هستند.

۲

افراد دارای  
حساسیت به  
گلوتن یا  
مشکلات  
گوارشی.

۳

افرادی که سبک  
زندگی فاقد  
گلوتن را انتخاب  
کرده‌اند.

۴

والدینی که برای  
فرزندانشان  
دنبال  
محصولات بدون  
گلوتن هستند.

# بودجه بندی

تولید محتوا

سوشال مدیا

تبلیغات فروشگاهی

ایونت‌ها

تحقیقات بازار

تبلیغات کلیکی

# اهداف و KPI ها

...

ابزار سنجش	KPI	هدف
Google Trends، سرچ کنسول	افزایش ۳۵٪ نرخ جستجوی برند «سلینو»	آگاهی از برند

# زمان بندی

فازهای مختلف اجرای این کمپین



# تقسيم وظايف



كارشناس روابط  
عمومي  
مسئوليت



اديتور  
مسئوليت

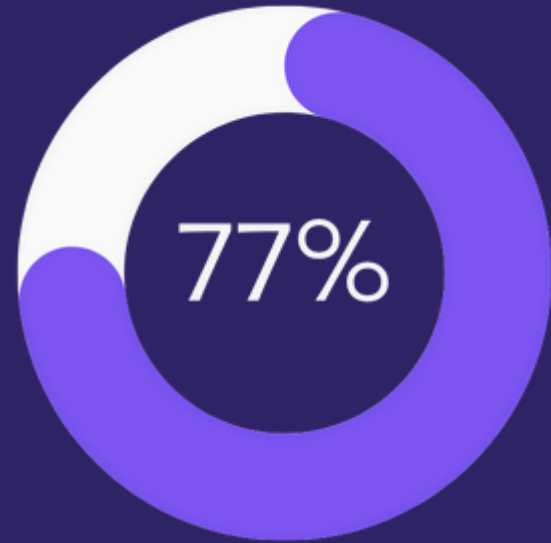


كارشناس  
سوشال مديا  
مسئوليت



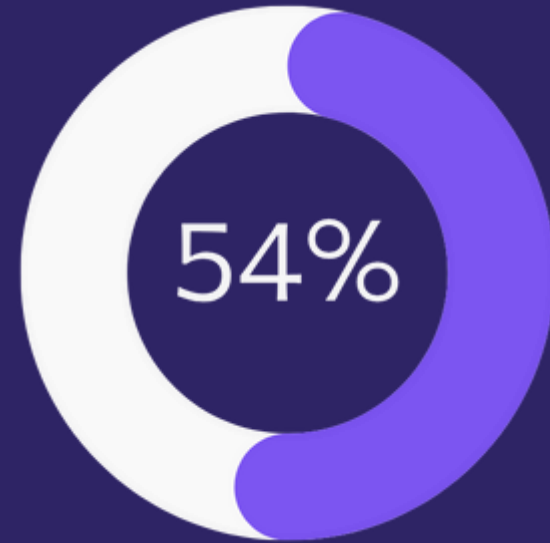
مدير كمپين  
مسئوليت

# نتایج کمپین



**KPI #1**

نتیجه



**KPI #2**

نتیجه



**KPI #3**

نتیجه

