Din *marketingplan.* 4.5

MODUL

4.5 · Marketingplan

TID

60–90 minutter

OUTPUT

Din første plan

• HVAD LÆRER DU?

Fra *tilfældig* til *planlagt* markedsføring.

01

Arbejd mere ***struktureret***

02

Få ***kontinuitet*** i indsatsen

03

Skab ***sammenhæng*** mellem aktiviteter

04

Arbejd ***langsigtet*** med kunder

05

Lær at ***måle*** hvad der virker

• DET ARBEJDER VI MED

Syv dele — fra *mål til evaluering.*

01 **Dine mål**
Hvad vil du opnå?

02 **Kanaler**
Hvor er du til stede?

03 **Årshjul**
Perioder & mærkedage

04 **Aktiviteter**
1–2 pr. uge / måned

05 **Synergi**
Sammenhæng i indsatsen

06 **KPI'er**
Det du måler på

07 **Evaluering**
Følg op og juster

DEL ÉT

01

Dine mål

Hvad vil du opnå de næste 3–12 måneder?

Hvad vil du gerne *opnå?*

Flere kunder · Mere salg · Flere bookinger · Flere tilmeldinger · Mere synlighed · Flere besøgende

- ☐ Flere kunder
- ☐ Mere salg
- ☐ Flere bookinger
- ☐ Mere synlighed

• DEL TO

02

Dine kanaler

Hvilke medier og platforme vil du bruge?

1 *Sociale medier* — Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube.

2 *Egne platforme* — hjemmeside, blog, nyhedsbrev.

3 *Betalt* — Facebook/Google Ads, flyers, annoncer, events.

• DEL TRE

03

Årshjul & mærkedage

Hvilke perioder er relevante for din virksomhed?

Hvilke *mærkedage* kan du planlægge efter?

Jul | Black Friday | Påske | Sommerferie | Nytår | Valentinsdag | Mors dag | Branche-events

• DEL FIRE

04

Planlæg aktiviteter

Minimum 1–2 aktiviteter pr. uge eller måned.

Hvad vil du *lave* — og *hvornår?*

Facebook-opslag · Reels · Blogindlæg · Nyhedsbrev · Konkurrence · Event · Kampagne · Video · Freebie · Annonce

Periode / uge → Aktivitet → Kanal

• DEL FEM

05

Skab synergi

Lad aktiviteterne understøtte hinanden.

Eksempel på et flow:

Blogindlæg → Facebook → Nyhedsbrev → Gratis guide →

Emailflow

DEL SEKS

06

KPI'er & mål

Det du måler på — vælg mål, der gør en forskel.

Hvad vil du *måle på?*

Bookinger · Kunder · Salg · Tilmeldinger · Henvendelser · Downloads

KPI → Målsætning → Hvornår måles?

• DEL SYV

07

Evaluering

En plan er kun god, hvis du følger op på den.

1 Hvordan vil du vurdere, om markedsføringen *virker?*

2 Hvornår vil du *evaluere* din plan?

3 Hvad gør du *mere af*, hvis noget virker?

4 Hvad *stopper* eller ændrer du, hvis noget ikke virker?

• HUSK

Markedsføring virker bedst,
*når den er **planlagt** — ikke tilfældig.*
Kontinuitet slår intensitet.