

## **Schemat strategii marketingowej**

### *Ćwiczenie*

Wypełnij poniższy schemat, wykorzystując informacje o twojej instytucji oraz wiedzę z poprzednich materiałów

#### **Analiza rynku:**

- Przeprowadzenie szczegółowej analizy rynku, w tym identyfikacja konkurencji, trendów branżowych i preferencji klientów.
- Zrozumienie grupy docelowej, jej potrzeb, zachowań zakupowych i wartości.

#### **Segmentacja rynku:**

- Podział grupy docelowej na segmenty na podstawie wspólnych cech i preferencji.
- Ustalenie kluczowych segmentów, na które skupimy się w naszych działaniach marketingowych.

#### **Określenie celów marketingowych:**

- Wytyczenie konkretnych celów, takich jak zwiększenie świadomości marki, generowanie leadów, zwiększenie sprzedaży, budowanie lojalności klientów itp.
- 

#### **Wybór strategii marketingowej:**

- Wybór odpowiednich strategii marketingowych, które będą skuteczne w dotarciu do wybranych segmentów grupy docelowej.

- Może to obejmować takie strategie jak marketing treści, marketing influencerów, reklama w mediach społecznościowych, kampanie e-mailowe, SEO itp.

#### **Tworzenie spersonalizowanych treści i komunikacji:**

- Opracowanie treści i komunikacji, które są dopasowane do preferencji, potrzeb i wartości wybranych segmentów grupy docelowej.
- Dostarczanie spersonalizowanych rekomendacji, ofert i treści, aby zbudować więź i zaangażowanie klientów.

#### **Wybór odpowiednich kanałów marketingowych:**

- Identyfikacja najbardziej efektywnych kanałów marketingowych, które dotrą do naszej grupy docelowej.
- Może to obejmować media społecznościowe, reklamę display, wyszukiwarkę internetową, e-maile, strony internetowe, targi i wydarzenia branżowe itp.

#### **Monitorowanie i analiza wyników:**

- Regularne monitorowanie i analiza wyników naszych działań marketingowych.
- Używanie narzędzi analitycznych do śledzenia wskaźników takich jak ruch na stronie internetowej, zaangażowanie użytkowników, konwersje, wskaźniki otwarcia e-maili itp.
- Na podstawie zebranych danych podejmowanie odpowiednich działań korygujących i doskonalenie strategii marketingowej.

#### **Optymalizacja i doskonalenie:**

- Wykorzystywanie zebranych danych i analiz do ciągłej optymalizacji strategii marketingowej.

- Testowanie różnych elementów i taktyk, aby znaleźć najbardziej skuteczne rozwiązania.
- Reagowanie na zmieniające się preferencje i potrzeby grupy docelowej.

### **Budowanie relacji i lojalności klientów:**

- Skupienie się na budowaniu długoterminowych relacji i lojalności klientów poprzez zapewnienie doskonałej obsługi klienta, personalizacji doświadczeń i dostarczanie wartościowych treści.
- Wdrażanie programów lojalnościowych, które nagradzają klientów za ich zaangażowanie i zakupy.
- Regularne komunikowanie się z klientami poprzez różne kanały, takie jak e-maile, wiadomości SMS, media społecznościowe itp., aby utrzymać ich zainteresowanie i utrwalić więź z marką.
- Organizowanie wydarzeń, konkursów, webinarów, czy warsztatów, które angażują klientów i budują więź społecznościową wokół marki.
- Monitorowanie opinii klientów i reagowanie na ich potrzeby, pytania oraz uwagi w celu utrzymania wysokiej jakości obsługi i dostosowania oferty do ich oczekiwań.
- Podejmowanie działań mających na celu zwiększenie poleceń marki przez istniejących klientów, np. poprzez programy poleceń, rabaty dla powracających klientów itp.
- Badanie satysfakcji klientów i wykorzystywanie ich opinii do dalszego doskonalenia oferty i obsługi klienta.