****

**MARKKINOINTISUUNNITELMA**

**Yrityksen nimi**

**Tekijä**

**Ajalle**

Suunnitelmallisella ja tavoitteellisella toiminnalla päästään parempaan lopputulokseen.

Markkinointisuunnitelman avulla markkinointi kohdennetaan oikein, toimenpiteet ovat tehokkaita ja tavoitteiden toteutumista seurataan. Suunnitelman avulla tutustutaan kilpailijoihin sekä varaudutaan toimintaympäristön muutoksiin.

Ohjeita suunnitelman laatimiseen löydät Yritystulkin Toimivan yrittäjän -sivuilta kohdasta Myynti ja markkinointi.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. | NYKYTILAN ANALYYSI | **TEHTY** |
|  | 1.1 Liikeidea |  |
|  | 1.2 Toimialan tilannekatsaus |  |
|  | 1.3 Omistajien, rahoittajien ja henkilökunnan sitoutuminen |  |
|  | 1.4 Asiakastarkastelu |  |
|  | 1.5 Tavarantoimittajien/alihankkijoiden neuvotteluvoima |  |
|  | 1.6 Tuotteidemme merkitys liiketoiminnallemme |  |
|  | 1.7 Yrityksemme kokonaisasema markkinoilla |  |
|  | 1.8 Kilpailija-analyysi |  |
|  | 1.9 Toiminnallisuutemme arviointi |  |
|  | 1.10 Ympäristömuutosten analysointi |  |
|  | 1.11 SWOT -analyysi |  |
| 2. | TUOTE-/TUOTERYHMÄKOHTAINEN MARKKINOINTISUUNNITELMA |  |
| 3. | STRATEGIAVALINNAT |  |
|  | 3.1 Perusstrategiavalinnat |  |
|  | 3.2 Toteuttamisstrategiat |  |
|  | 3.3 Yhteenveto strategioista ja imagotavoitteista |  |
|  | 3.4 Yrityksen tilanne viiden vuoden päästä |  |

## 1. NYKYTILAN ANALYYSI

* 1. **Liikeidea**

**Nykyinen liikeidea**

|  |  |
| --- | --- |
| **Asiakasryhmä/-segmentti** | **Imago, tunnettuustekijät** |
| **Tuote/palvelu** | **Yrityksen toimintapa** |

###### Kilpailuetu

Miksi asiakkaamme ostavat tuotteen/palvelun juuri meiltä?

* 1. **Toimialan tilannekatsaus**

###### Toimialan yleistilanne markkina-alueellamme

###### Toimialan kokonaismarkkinat ja markkinoiden suuruus markkina-alueellamme

###### Toimialan kasvu kokonaisuudessaan ja markkina-alueellamme

**1.3 Omistajien, rahoittajien ja henkilökunnan sitoutuminen**

###### Omistajien ja rahoittajien suhtautuminen tulevaisuuteemme. Millainen strategia/näkemys omistajilla on yrityksen liiketoiminnan kehittämiseen/laajentamiseen?

###### Henkilökunnan sitoutuminen yritykseen ja sen kehittymiskyky. Näkemyserot omistajien ja vastuuhenkilöiden kesken.

###### Alihankkijoiden/ostopalvelutuottajien suhtautuminen yritykseemme ja sen kehittymiseen. Millä perusteella he haluavat olla osana toimintaamme?

* 1. **Asiakastarkastelu**

**1.4.1 Asiakaskohderyhmämme**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ASIAKASPÄÄRYHMÄ TAI ASIAKASKOHDERYHMÄ** | **OSUUS**  **MYYNNISTÄ** | **OSUUS**  **KATTEESTA** |
| 1. |  |  |
| 2. |  |  |
| 3. |  |  |
| 4. |  |  |
| 5. |  |  |
| 6. |  |  |
| 7. |  |  |
| 8. |  |  |

* + 1. **Mistä asiakkaamme tulevat ja mitkä ovat heidän tyypilliset piirteensä?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ASIAKASKOHDERYHMÄ** | **MISTÄ JA MITEN HE TULEVAT ASIAKKAAKSI** | **HEIDÄN TYYPILLISET PIIRTEENSÄ** |
| 1. |  |  |
| 2. |  |  |
| 3. |  |  |
| 4. |  |  |
| 5. |  |  |
| 6. |  |  |
| 7. |  |  |
| 8. |  |  |

* + 1. **Asiakkaidemme imagolliset arvostukset**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ASIAKASKOHDERYHMÄ** | **IMAGO/MIELIKUVAMÄÄRITELMÄ** | **ARVOSANA**  **ME KILP.** | |
| 1. |  |  |  |
| 2. |  |  |  |
| 3. |  |  |  |
| 4. |  |  |  |
| 5. |  |  |  |
| 6. |  |  |  |
| 7. |  |  |  |
| 8. |  |  |  |

* + 1. **Asiakkaidemme neuvotteluvoima**

###### Asiakkaiden ketjuuntumis- ja omistajuuden keskittymistilanne

###### Asiakkaasta kilpailijamme?

###### Asiakkaiden kartellimainen yhteistyö ja sen mahdolliset vaikutukset

* 1. **Tavarantoimittajien/alihankkijoiden neuvotteluvoima**

###### Toimittajien ketjuuntumis- ja omistajuuden keskittymistilanne

###### Toimittajasta kilpailijamme?

###### Toimittajien kartellimainen yhteistyö ja sen mahdolliset vaikutukset

###### Vaihtoehtoisten toimittajien määrä ja laatu

* 1. **Tuotteidemme merkitys liiketoiminnallemme** 
     1. **Tuoteryhmän/tuotteen/palvelun myynnin määrä**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **TUOTE/TUOTERYHMÄ/PALVELU** | **MYYNNIN**  **MÄÄRÄ** | **KASVUMAHDOLLISUUDET** | **KASVU-%** |
| 1. |  |  |  |
| 2. |  |  |  |
| 3. |  |  |  |
| 4. |  |  |  |
| 5. |  |  |  |
| 6. |  |  |  |
| 7. |  |  |  |
| 8. |  |  |  |

Riittävä 1 = ei voi/kannata lisätä Tyydyttävä 2 = mahdollista hieman lisätä

Välttävä 3 = mahdollista paljon lisätä Heikko 4 = parannettava paljon tai lopettava

* + 1. **Tuoteryhmän/tuotteen/palvelun myynnin kate**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **TUOTE/TUOTERYHMÄ/PALVELU** | **MYYNNIN**  **KATE-%** | **KATTEEN PARANNUSMAHDOLLISUUS** | **MUUTOS-%** |
| 1. |  |  |  |
| 2. |  |  |  |
| 3. |  |  |  |
| 4. |  |  |  |
| 5. |  |  |  |
| 6. |  |  |  |
| 7. |  |  |  |
| 8. |  |  |  |

Riittävä 1 = ei voi/kannata lisätä Tyydyttävä 2 = mahdollista hieman lisätä

Välttävä 3 = mahdollista paljon lisätä Heikko 4 = parannettava paljon tai lopettava

* + 1. **Tuotteidemme kilpailuvoima**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **KILPAILUVOIMA** | **TUOTTEET** | **HUOMIOITA** |
| **1. Tähtituotteet** |  |  |
| **2. Lypsylehmät** |  |  |
| **3. Kysymysmerkit** |  |  |
| **4. Rakkikoirat** |  |  |

**Elinkaaren jatkamiskeinot:**

* 1. **Yrityksemme kokonaisasema markkinoilla**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **OMINAISUUS** | **SIJA/**  **ARVOS.**  **(4 - 10)** | **SIJA/ ARVO-SANA** | | PAHIN KILPAILIJA | **HUOMIOITA/TOIMENPITEITÄ** |
| **1. Tuote/palveluvalikoima** |  |  |  | |  |
| **2. Tuotteiden laatu**  Tuote 1 |  |  |  | |  |
| Tuote 2 |  |  |  | |  |
| Tuote 3 |  |  |  | |  |
| Tuote 4 |  |  |  | |  |
| Tuote 5 |  |  |  | |  |
| Tuote 6 |  |  |  | |  |
| Tuote 7 |  |  |  | |  |
| Tuote 8 |  |  |  | |  |
| **3. Tuotteiden hinta**  Tuote 1 |  |  |  | |  |
| Tuote 2 |  |  |  | |  |
| Tuote 3 |  |  |  | |  |
| Tuote 4 |  |  |  | |  |
| Tuote 5 |  |  |  | |  |
| Tuote 6 |  |  |  | |  |
| Tuote 7 |  |  |  | |  |
| Tuote 8 |  |  |  | |  |
| **4. Yrityksen sijainti** |  |  |  | |  |
| **5. Toimipaikan ulko-  näkö ja ympäristö** |  |  |  | |  |
| **6. Toimitilojen siisteys** |  |  |  | |  |
| **7. Toimitilojen   soveltuus** |  |  |  | |  |
| **8. Liikkeen saavutetta-  vuus** (jos merkitystä) |  |  |  | |  |
| **9. Henkilökunnan  ammattitaito** |  |  |  | |  |
| **10. Tuotannon ajan-  mukaisuus** |  |  |  | |  |
| **11. Markkinaosuus** |  |  |  | |  |
| Tuote 1 |  |  |  | |  |
| Tuote 2 |  |  |  | |  |
| Tuote 3 |  |  |  | |  |
| Tuote 4 |  |  |  | |  |
| Tuote 5 |  |  |  | |  |
| Tuote 6 |  |  |  | |  |
| Tuote 7 |  |  |  | |  |
| Tuote 8 |  |  |  | |  |

* 1. **Kilpailija-analyysi**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **OMINAISUUS** | Kilpailija 1 | Kilpailija 2 | Kilpailija 3 |
| 1. Perustamisvuosi |  |  |  |
| 2. Liikevaihto |  |  |  |
| 3. Kannattavuus |  |  |  |
| 4. Henkilöstömäärä  (omistajat + työntekijät) | + | + | + |
| 5. Toimitilojen pinta-ala |  |  |  |
| 6. Omat/vuokratut tilat |  |  |  |
| 7. Arvio sijainnista |  |  |  |
| **8. Tilojen kunto/ulkonäkö** |  |  |  |
| 9. Tilojen soveltuvuus |  |  |  |
| 10. Arvioi www-sivut   /verkkokauppa |  |  |  |
| 11. Tuotannon ajan-  mukaisuus |  |  |  |
| 12. Tuotteiden   uudistuminen |  |  |  |
| 13. Tuotesuojaus |  |  |  |
| 14. Poikkeavuus tuote-  valikoimastamme |  |  |  |
| 15. Poikkeavuus   jakelukanavissa |  |  |  |
| 16. Markkinointitaito  - missä hyvä |  |  |  |
| 17. Markkinoinnin   volyymi |  |  |  |
| 18. Markkinointiautomaation   hyödyntäminen |  |  |  |
| 19. Tuotantohenkilöstön   ammattitaito |  |  |  |
| 20. Myyntihenkilöstön   ammattitaito |  |  |  |
| 21. Huomioita esim. jatkuvuus, sopimusten kesto, laajennus yms. |  |  |  |

* 1. **Toiminnallisuutemme arviointi**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **AVAINASIAT LIIKEIDEASSAMME** | **TASO**  **(4 – 10)** | **TASO RIITTÄVÄ/**  **PARANNETTAVA** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

**1.11 Ympäristömuutosten analysointi**

|  |  |
| --- | --- |
| **PRIMÄÄRIMARKKINA-ALUEEMME** | **SEKUNDÄÄRIMARKKINA-ALUEEMME** |
| Tärkein ja ensisijainen markkina-alue | Toissijainen markkina-alue |

**Ympäristömuutokset primäärimarkkina-alueellamme**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ANALYSOINTIKOHDE** | **MUUTOS** | **Muutokseen vaikuttavat tekijät ja muutosten vaikutus yritykseemme** |
| 1. Asiakasmäärä |  |  |
| 2. Lisää kilpailijoita |  |  |
| 3. Verkkokaupan   kehittyminen |  |  |
| 4. Lainsäädäntö |  |  |
| 5. Liikenneympäristön  muutokset |  |  |
| 6. Valmistuksen   siirtyminen |  |  |
| 7. Korvaavat materiaalit   markkinoille |  |  |
| 8. Työvoiman   saatavuus |  |  |
| 9. Ympäristöasiat/  kierrätettävyys |  |  |
| 10. Digitalisaatio |  |  |

**Ympäristömuutokset sekundäärimarkkina-alueellamme**

| **ANALYSOINTIKOHDE** | **MUUTOS** | **Muutokseen vaikuttavat tekijät ja muutosten vaikutus yritykseemme** |
| --- | --- | --- |
| 1. Asiakasmäärä |  |  |
| 2. Lisää kilpailijoita |  |  |
| 3. Verkkokaupan   kehittyminen |  |  |
| 4. Lainsäädäntö |  |  |
| 5. Liikenneympäristön  muutokset |  |  |
| 6. Valmistuksen   siirtyminen |  |  |
| 7. Korvaavat materiaalit   markkinoille |  |  |
| 8. Työvoiman   saatavuus |  |  |
| 9. Ympäristöasiat/  kierrätettävyys |  |  |
| 10. Digitalisaatio |  |  |

**1.12 SWOT – analyysi eli nelikenttäanalyysi**

|  |  |
| --- | --- |
| **VAHVAT PUOLET (omat sisäiset, nyt)** | **HEIKOT PUOLET (omat sisäiset, nyt)** |
|  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **MAHDOLLISUUDET (ulkoiset, tulevaisuudessa)** | **UHAT (ulkoiset, tulevaisuudessa)** |
|  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **MITEN KÄYTETÄÄN HYVÄKSI VAHVAT PUOLET** | **MITEN PARANNETAAN HEIKOT PUOLET?** |
|  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **MITEN VARMISTETAAN MAHDOLLISUUKSIEN TOTEUTUMINEN?** | **MITEN UHAT POISTETAAN TAI LIEVENNETÄÄN?** |
|  |  |

## 2. TUOTE-/TUOTERYHMÄKOHTAINEN MARKKINOINTISUUNNITELMA

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Markkinointisuunnitelma Tuote 1 | Budjetti | Aikataulu | Vastuuhenkilö |
| Kevätkampanja |  |  |  |
| Kesäkampanja |  |  |  |
| Syksykampanja |  |  |  |
| Talvikampanja |  |  |  |
| Juhlapyhäkampanjat:  - pääsiäinen  - juhannus  - joulu |  |  |  |
| Lomakampanjat: kesä-, talvi- ja syysloma |  |  |  |
| Isäinpäivä, äitienpäivä, ystävänpäivä |  |  |  |
| Black Friday |  |  |  |
| Messut |  |  |  |
| Kilpailut, vaikuttajamarkkinointi |  |  |  |
| Showroom |  |  |  |
| Shop in shop |  |  |  |
| Markkinointiautomaation päivitys/käyttöönotto |  |  |  |
| Budjetti | Yhteensä € | | |

###### Muita markkinointitoimenpiteitä/ideoita

Voidaanko tehdä markkinointiyhteistyötä muiden yritysten kanssa, joilla sama kohderyhmä mutta eri tuote esim. tapahtumamarkkinointi, messuosastot, showroom?

###### Markkinointitoimenpiteiden seuranta

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tuote 2 | Budjetti | Aikataulu | Vastuuhenkilö |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Budjetti |  | | |

###### Muita markkinointitoimenpiteitä/ideoita

###### Markkinointitoimenpiteiden seuranta

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tuote 3 | Aloitus | Valmis | Vastuuhenkilö |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Budjetti yhteensä |  | | |

###### Muita markkinointitoimenpiteitä/ideoita

###### Markkinointitoimenpiteiden seuranta

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tuote 4 | Aloitus | Valmis | Vastuuhenkilö |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Budjetti yhteensä |  | | |

###### Muita markkinointitoimenpiteitä/ideoita

###### Markkinointitoimenpiteiden seuranta

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tuote 5 | Aloitus | Valmis | Vastuuhenkilö |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Budjetti yhteensä |  | | |

###### Muita markkinointitoimenpiteitä/ideoita

###### Markkinointitoimenpiteiden seuranta

## 3. STRATEGIAVALINNAT

**3.1 Perusstrategiavalinnat, joilla aiomme menestyä toimialallamme**

**Toteutamme eri strategiaryhmiä tulevien viiden vuoden aikana seuraavasti:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **1. KUSTANNUSTEHOKKUUS** | **2. TUOTTEEN DIFFEROINTI  ELI ERILAISTAMINEN** | **3. KAPEA-ALAINEN   KESKITTYMINEN** |
| **Keskeiset menestystekijämme** | **Keskeiset menestystekijämme**  Tuotedifferoinnilla tarkoitetaan tuotteen erilaistamista siten, että se poikkeaa muista markkinoilla olevista tuotteista. | **Keskeiset menestystekijämme** |
| **Toteutusaikataulu** | **Toteutusaikataulu** | **Toteutusaikataulu** |

**3.2 Toteuttamisstrategiat, joilla aiomme menestyä toimialallamme**

**Toteutamme strategiaryhmiä tulevien viiden vuoden aikana seuraavasti:**

|  |  |
| --- | --- |
| **1. KASVUSTRATEGIA** | **2. KANNATTAVUUSSTRATEGIA** |
| **Keskeiset menestystekijämme** | **Keskeiset menestystekijämme** |
| **Toteutusaikataulu** | **Toteutusaikataulu** |

**3.3 Yhteenveto yrityksen strategiosta ja strategioista johdetuista imagotavoitteista**

TUOTTEET

Yrityksemme tuote-/tuotekehitysstrategia on

Tuotteidemme imagotavoite

HINNOITTELU

Yrityksemme hinnoittelustrategia on

Hinnoittelun imagomme on

ASIAKAS

Yrityksemme asiakasstrategia on

Yrityksen imago asiakkaiden mielestä on

Yrityksemme palvelustrategia on

HENKILÖSTÖ

Yrityksemme henkilöstöstrategia on

Henkilöstön imago yrityksestämme on

YHTEISTYÖKUMPPANIT (alihankkijat, tavarantoimittajat yms.)

Yrityksemme hankintastrategia on

Yhteistyökumppaneiden imago yrityksestämme on

TOIMITILAT

Yrityksemme toimitilastrategia on

Asiakkaiden/yleisön mielestä toimitilamme ovat

MEDIA JA YHTEISKUNTA

Yrityksemme tiedotusstrategia on

Yrityksemme yhteiskuntasuhdestrategia on

Julkishallinnon edustajien mielestä imagomme on

YMPÄRISTÖ

Yrityksemme ympäristöstrategia on

Yleisön mielestä ympäristöimagomme on

**3.4 Yrityksemme tilanne 5 vuoden päästä**

**3.4.1 Yrityksemme koko nykytilanteeseen verrattuna**

###### 3.4.2 Nykyisistä liiketoiminta-alueista olemme hylänneet seuraavat businessalueet seuraavin perustein:

###### 3.4.3 Haluamme olla mukana seuraavilla nykyiseen liiketoimintaamme liittyvillä uusilla businessalueilla seuraavin perustein:

###### 3.4.4 Emme halua olla mukana seuraavilla uusilla nykyiseen liiketoimintaamme liittyvillä businessalueilla seuraavin perustein:

###### 3.4.5 Taloudellinen ja toiminnallinen asemamme suunnittelujakson jälkeen on

###### Velkaantuneisuus

###### Kannattavuus

###### Toimitilat

###### Käyttöomaisuus/tuotantovälineet

###### Henkilöstön määrä ja laatu

###### Markkina-asema

## 4. TAVOITTEET JA TOIMENPITEET

Tavoitteet ja toimenpiteet suunnitellaan työkirjassa **YT28 Myyntisuunnitelma*.***