**Smartsheet 無料お試し**

**マーケティング計画テンプレート**

マーケティング計画

組織/団体名

番地

市区町村、都道府県、郵便番号

webaddress.com

バージョン 0.0.0

00/00/0000

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 準備担当者 | タイトル | 日付 |
|  |  |  |
| メール アドレス | | 電話 |
|  | |  |
| 承認者 | タイトル | 日付 |
|  |  |  |

目次

[1. エグゼクティブ サマリー 3](#_Toc136937727)

[2. ミッション ステートメント 4](#_Toc136937728)

[3. ビジョン ステートメント 4](#_Toc136937729)

[4. 状況分析 5](#_Toc136937730)

[4.1 5C 分析 5](#_Toc136937731)

[4.1.1 会社 5](#_Toc136937732)

[4.1.2 共同作業者 5](#_Toc136937733)

[4.1.3 顧客 5](#_Toc136937734)

[4.1.4 競合他社 5](#_Toc136937735)

[4.1.5 気候 5](#_Toc136937736)

[4.2 SWOT 分析 6](#_Toc136937737)

[5. 中心的機能 7](#_Toc136937738)

[6. 目標 8](#_Toc136937739)

[6.1 ビジネス目標 8](#_Toc136937740)

[6.2 販売目標 8](#_Toc136937741)

[6.3 財務目標 9](#_Toc136937742)

[6.4 マーケティング目標 9](#_Toc136937743)

[7. ターゲット市場 10](#_Toc136937744)

[7.1 情報収集 10](#_Toc136937745)

[7.2 問題点 10](#_Toc136937746)

[7.3 ソリューション 11](#_Toc136937747)

[7.4 バイヤー ペルソナ 11](#_Toc136937748)

[8. マーケティング戦略 12](#_Toc136937749)

[8.1 買い手の購買サイクル 12](#_Toc136937750)

[8.2 独自の販売提案 (USP) 12](#_Toc136937751)

[8.3 ブランド 13](#_Toc136937752)

[8.4 マーケティング ミックス – 4P 13](#_Toc136937753)

[8.4.1 製品 13](#_Toc136937754)

[8.4.2 価格 13](#_Toc136937755)

[8.4.3 場所 14](#_Toc136937756)

[8.4.4 販売促進 14](#_Toc136937757)

[8.5 マーケティング チャネル 14](#_Toc136937758)

[8.6 予算 15](#_Toc136937759)

[9. 性能基準と測定方法 16](#_Toc136937760)

[9.1 パフォーマンス基準 16](#_Toc136937761)

[9.2 ベンチマーク 16](#_Toc136937762)

[9.3 成功を測定するためのマーケティング指標 17](#_Toc136937763)

[9.4 測定方法 17](#_Toc136937764)

[10. 財務サマリー 18](#_Toc136937765)

[10.1 財務予測 18](#_Toc136937766)

[10.2 損益分岐点分析 18](#_Toc136937767)

[10.3 財務諸表 19](#_Toc136937768)

[10.3.1 損益計算書 19](#_Toc136937769)

[10.3.2 キャッシュフロー予測 19](#_Toc136937770)

[10.3.3 貸借対照表 19](#_Toc136937771)

[11. 付録 20](#_Toc136937772)

[11.1 研究成果 20](#_Toc136937773)

[11.2 製品仕様と画像 20](#_Toc136937774)

# エグゼクティブ サマリー

|  |
| --- |
|  |

# ミッション ステートメント

|  |
| --- |
|  |

# ビジョン ステートメント

|  |
| --- |
|  |

# 状況分析

## 5C 分析

### 会社

|  |
| --- |
|  |

### 共同作業者

|  |
| --- |
|  |

### 顧客

|  |
| --- |
|  |

### 競合他社

|  |
| --- |
|  |

### 気候

|  |
| --- |
|  |

## SWOT 分析

|  |  |
| --- | --- |
| 内部要因 | |
| 長所 (+) | 短所 (-) |
|  |  |
| 外部要因 | |
| 求人情報 (+) | 脅威 (-) |
|  |  |

# 中心的機能

能力 1

|  |
| --- |
|  |

能力 2

|  |
| --- |
|  |

能力 3

|  |
| --- |
|  |

# 目標

## ビジネス目標

|  |
| --- |
|  |

## 販売目標

|  |
| --- |
|  |

## 財務目標

|  |
| --- |
|  |

## マーケティング目標

|  |
| --- |
|  |

# ターゲット市場

## 情報収集

|  |
| --- |
|  |

## 問題点

|  |
| --- |
|  |

## ソリューション

|  |
| --- |
|  |

## バイヤー ペルソナ

|  |
| --- |
|  |

# マーケティング戦略

## 買い手の購買サイクル

|  |
| --- |
|  |

## 独自の販売提案 (USP)

|  |
| --- |
|  |

## ブランド

|  |
| --- |
|  |

## マーケティング ミックス – 4P

### 製品

|  |
| --- |
|  |

### 価格

|  |
| --- |
|  |

### 場所

|  |
| --- |
|  |

### 販売促進

|  |
| --- |
|  |

## マーケティング チャネル

|  |
| --- |
|  |

## 予算

|  |
| --- |
|  |

# 性能基準と測定方法

## パフォーマンス基準

|  |
| --- |
|  |

## ベンチマーク

|  |
| --- |
|  |

## 成功を測定するためのマーケティング指標

|  |
| --- |
|  |

## 測定方法

|  |
| --- |
|  |

# 財務サマリー

## 財務予測

|  |
| --- |
|  |

## 損益分岐点分析

|  |
| --- |
|  |

## 財務諸表

### 損益計算書

|  |
| --- |
|  |

### キャッシュフロー予測

|  |
| --- |
|  |

### 貸借対照表

|  |
| --- |
|  |

# 付録

## 研究成果

|  |
| --- |
|  |

## 製品仕様と画像

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **– 免責条項 –**  Smartsheet がこの Web サイトに掲載している記事、テンプレート、または情報などは、あくまで参考としてご利用ください。Smartsheet は、情報の最新性および正確性の確保に努めますが、本 Web サイトまたは本 Web サイトに含まれる情報、記事、テンプレート、あるいは関連グラフィックに関する完全性、正確性、信頼性、適合性、または利用可能性について、明示または黙示のいかなる表明または保証も行いません。かかる情報に依拠して生じたいかなる結果についても Smartsheet は一切責任を負いませんので、各自の責任と判断のもとにご利用ください。 |