

كيفية كتابة خطة تسويق متميزة لمتجر الالكتروني في 6 خطوات

تسعى الشركات جاهدة للحصول على عملاء جدد، وتحاول إبقاء العملاء الحاليين في حالة رضا وسعادة وإقبال مستمر على خدماتها وما يساعدهم في ذلك هو وضع خطة تسويقية متميزة، فما هي الخطة التسويقية؟

ما هي الخطة التسويقية؟



الخطة التسويقية هي وثيقة تقوم بتحديد استراتيجية التسويق لشركة ما، بغرض الوصول إلى الجمهور المستهدف وتعقب استراتيجيات التسويق الخاصة به لفترة من الزمن. وتعتبر الخطة التسويقية بمثابة خارطة الطريق الخاصة التي تقودك إلى رحلة تسويق أنجح حيث من خلالها يمكنك جذب عملاء متوقعين وبيع المزيد من خدماتك.

لماذا تحتاج إلى الخطة التسويقية؟

تعد خطة التسويق أداة فعالة يمكن أن تساعد في دفع نجاح عملك إلى مستوى أعلى مما كنت تتخيله. في الواقع أي عمل ناجح تود تحقيقه يحتاج لخطة مدروسة، حيث يخصص أصحاب الأعمال الوقت و الموارد في خطط التسويق. وكمسوق لديه الكثير من الخيارات، تمثل الخطة التسويقية حجر الأساس في تحديد الأوليات وتركيز جهودك على التسويق والذي سيحدث فرقاً كبيراً في عملك.

ستساعدك الخطة التسويقية في معرفة عملائك أو الجمهور المستهدف وكيفية التواصل معهم وزيادة فرص البيع لهم، وفي مواكبة نشاط السوق وتوضيح أهدافك ومعرفة التهديدات ونقاط القوة ونقاط الضعف التي يجب التغلب عليها.

يمكنك تحديد الموارد اللازمة لتخصيص مهام عملك وأهدافك التسويقية وفي تحديد مكان استخدام ميزانيتك التسويقية لتحقيق أقصى تأثير وما إلى ذلك باستخدام الخطة التسويقية، بدون خطة تسويق لا يمكنك استخدام مواردك بكفاءة.

الخطة التسويقية تعني مخاطر أقل ومجال أقل للخطأ، ستحدد أي تهديدات محتملة داخل السوق من خلال تحليل المنافسين، وستقوم بإشراك العملاء في التعليقات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بك. عن طريق الخطة التسويقية ستحصد ثقة العملاء المحتملين والموردين والشركاء وولائهم.

كيفية كتابة الخطة التسويقية؟

١- تحديد العلامة التجارية الخاصة بالمتجر

بناء علامتك التجارية هي الخطوة الأساسية والأكثر أهمية لبناء خطة تسويقية لمتجرك الإلكتروني، تخبّر العلامة التجارية من أنت وأين بدأت وما هي قصتك وما مهمتك ورؤيتك. ولا بد من الإخبار بمكان المتجر إذا كان موجوداً على أرض الواقع وشرح بسيط عن الخدمات والمنتجات التي تقدمها.

٢- تحديد الجمهور المستهدف

الخطوة الثانية لكتابة الخطة التسويقية هي تحديد الجمهور المستهدف وهي خطوة لا تقل أهمية عن بناء العلامة التجارية. الجمهور المستهدف هو مجموعة الأشخاص الذين تستهدفهم جهودك التسويقية والإعلانية، والمعرفة الكافية بالجمهور المستهدف يساعدك في العثور على عملاء جدد بشكل أسهل وجذب المشتريين المهمين إلى موقع المتجر الخاص بك، مما يؤدي إلى ارتفاع معدل المبيعات.



ترمز أحرف كلمة SWOT إلى نقاط القوة Strengths و الضعف Weaknesses والفرص Opportunities والتهديدات Threats. ويستخدم هذا التحليل في تقييم العوامل الداخلية والخارجية التي يمكن أن تؤثر على نجاح الأعمال أو المشروع.

قد تعتقد أنك تعرف كل ما تحتاج إلى القيام به لنجاح متجرك، ولكن تحليل SWOT سيجبرك على النظر إلى عملك بطرق جديدة ومن اتجاهات جديدة وتطوير استراتيجية عمل قوية. ستنتظر في نقاط القوة والضعف لديك، وكيف يمكنك الاستفادة منها لمعرفة الفرص والتهديدات الموجودة في السوق.

٤- حدد ميزانيتك التسويقية

بمجرد أن تعرف كيفية تسعير منتجاتك وتحديد إذا ما كان السعر تنافسي أو مناسب للعملاء المستهدفين، فإن الخطوة التالية هي حساب الميزانية التي يمكنك تخصيصها للتسويق. لا يجب عليك إنفاق الكثير في التسويق بل الأهم هو إنفاق المال في المكان الصحيح. تذكر أن ميزانيتك التسويقية يجب أن تكون منفصلة عن تكلفة صنع المنتج أو الاستعانة بمصادر خارجية والشحن والخصومات والأرباح.

٥- قم بتحديد تقنيات للتسويق

يتزايد الاعتماد على الوسائل الرقمية يوماً بعد يوم في عصرنا الحالي، ومن المهم لأي شركة مواكبة ما يحتاجه المستهلكون ومن المهم أيضاً معرفة المنصات التي ستقوم بتسويق منتجاتك عليها بناءً على جمهورك المستهدف وميزانيتك. فالتسويق على منصة إنستجرام مناسب أكثر للفئة الأصغر أما بالنسبة لمنصة لينكد إن فإنها تناسب الفئة الأكثر نضجاً.

وتقنيات التسويق كثيرة منها التسويق بالمحتوى والتسويق على منصات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والإنستجرام والتسويق عبر الإيميل.



٦- تحليل مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs

KPIs اختصار الى Key Performance Indicators، وتساعدك هذه الطريقة في قياس التقدم ومعرفة مدى فاعليتك في تحقيق أهدافك التسويقية، واتخاذ قرارات أسرع وتحديد إذا ما كان عليك الاستمرار في مشروعك أو توفير الوقت والمال في مشروع آخر.

قد تحتاج الخطة التسويقية بعض الوقت والجهد ولكنها ليست بالمهمة الشاقة، تعامل معها على أنها تحليل متعمق لفكرتك الخاصة بالنشاط التجاري، الخطة التسويقية الصحيحة هي التي ستأخذ بمشروعك نحو النجاح، لذلك من المهم أن يكون لديك خطة تسويق قبل أن تأخذ علامتك التجارية فعلياً إلى جمهورك المستهدف.

