

اکشن پلن

فروشی

دانلود فایل

سال در یک نگاه

هدف فروش امسال:

استراتژی فروش و افزایش درآمد	هدف فروش این ماه	ماه
		فروردین
		اردیبهشت
		خرداد
		تیر
		مرداد
		شهریور
		مهر
		آبان
		آذر
		دی
		بهمن
		اسفند

نگاه موشکافانه به فروش

ابتدا وقت بگذارید و به صورت دقیق و شفاف به سوالات زیر پاسخ دهید، هرچه پاسخ های شما دقیق و شفاف تر باشد بهتر می توانید برنامه ریزی و استراتژی های فروش را تعیین کنید.

قسمت اول: مشخص کردن مشتریان

مشتریان شما چه کسانی هستند؟
چند ساله و از چه جنسیتی هستند؟
در کجا قرار دارند؟
چه ویژگی ها، نیازها یا علایقی دارند؟
بزرگترین مشکلات و دغدغه های آنها هنگام خرید و انتخاب محصول چیست؟
راه کار عملیاتی شما برای برطرف کردن مشکلات و دغدغه های مشتریان چیست؟

قسمت دوم: ارزش های پیشنهادی

ارزش های پیشنهادی همان مزایای رقابتی و دلیل انتخاب یک شرکت نسبت به سایر شرکت ها توسط مشتری است.

برخی از ارزش های پیشنهادی و مزایای رقابتی

راحتی: انجام سریع کارها بدون نیاز به حضور در مکان مشخص، حمل و نقل رایگان، امکانات و آپشن های مختلف

قیمت و شرایط پرداخت: فراهم آوردن قیمت و شرایط پرداخت مناسبی که کمتر رقبا بتوانند آنها را ایجاد کنند.

زمان: سرعت و تحویل در زودترین زمان ممکن در همه بخش های سازمانی

طراحی و کیفیت: طراحی و کیفیت خاص و پایبندی مشتری

کاهش هزینه و ریسک مشتری: گارانتی کردن محصولات و خدمات (گارانتی کیفیت، گارانتی زمان تحویل و.....)

سفارشی سازی: تولید مطابق با سفارش مشتری

خدمات پس از فروش: پشتیبانی و ارائه سرویس ها و خدمات پس از فروش

کالا یا خدمتی که به مشتری ارائه می دهید چه چیزی است؟

مزیت رقابتی شما چیست و چرا مشتری باید به شما پول بدهد و از شما خرید کند؟

کالا یا خدمت شما چه لذت یا آسایشی را برای مشتری ایجاد می کند؟

قسمت سوم: کانال ارتباط با مشتری

کانال های ارتباطی مسیرهای هستند که ما از این طریق می توانیم خدمات و محصولاتمان را به مشتری معرفی کنیم.

انواع کانال ها

- ✓ فروشگاه و نمایشگاه
- ✓ سایت
- ✓ اینستاگرام و شبکه های اجتماعی
- ✓ پیامک
- ✓ تلفن
- ✓ ابزار های تبلیغاتی
- ✓ شرکای کلیدی(افراد موثری که به نحوی می توانند به شما مشتری معرفی کنند).
- ✓

چگونه مشتری را از محصول ها و ارزش های آن آگاه می کنید؟
ارزیابی محصول شما توسط مشتری چگونه است؟
خرید محصول شما به وسیله مشتری چگونه است؟
محصول خریداری شده چگونه بدست مشتری می رسد؟
خدمات و سرویس های پس از فروش به چه صورت است؟

قسمت چهارم: چهار چوب تعامل

چهارچوب های تعامل روش هایی هست که شرکت ها به صورت شفاف مشخص می کنند تا به نحوی با مشتریان ارتباط برقرار می کنند جهت حفظ مشتریان فعلی، جذب مشتریان جدید و افزایش فروش محصولات

برخی از چهار چوب های تعاملی

پیامک (مناسبتی، اطلاعیه، متفرقه)

پشتبانی 24 ساعته

برگزاری جشنواره

آموزش

باشگاه مشتریان (تبریک تولد، کارت هدیه و...)

خدمات رایگان

نظر سنجی و سنجش رضایت مشتریان

چطوری با مشتری ارتباط برقرار می کنید و این ارتباط چگونه است؟
ارتباط بلند مدت با مشتری داشته باشیم یا کوتاه مدت؟
در صورت بلند مدت چگونه با مشتری ارتباط برقرار کنیم؟
روش پاسخ گویی به مشتریان چگونه است؟

چه اقداماتی را باید برای بهبود مکان فروش، پرزنت مشتری و عقد قرارداد باید انجام دهید(مثال:اضافه کردن مبلمان، تلویزیون، موسیقی، پذیرایی ویژه، نور، دما و...)

ردیف	اقدامات مورد نیاز
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	

قسمت چهارم:تجربه مشتری

چه اقداماتی را باید برای ایجاد تجربه ای لذت بخش برای مشتری و ایجاد حس خوب نسبت به برند و محصول شما باید انجام دهید و این کار باعث می شود مشتری ما را به دیگران معرفی کند

ردیف	اقدامات مورد نیاز
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	

قسمت پنجم : شناسایی نیاز های مشتری

لیست سوالاتی که می توانید در مورد محصول و کسب وکارتان از مشتری بپرسید را بنویسید.

ردیف	لیست سوالات
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	

قسمت ششم : حضور بیشتر مشتری

لیستی از کارهایی که باید انجام دهید تا مشتری مدت زمان بیشتری را در محل کسب وکارتان حضور داشته باشد و زود ترک نکند را بنویسید (مثلا پذیرایی، نشان دادن کلیپ رضایت مشتری، نمونه طراحی ها،عکس های قبل و بعد و.....)

ردیف	اقدامات مورد نیاز
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	

قسمت هفتم: آموزش

چه آموزش هایی تیم فروش نیاز دارند تا به عملکرد بهتری دست یابند.

آموزش های مورد نیاز	ردیف
	1
	2
	3
	4
	5
	6
	7
	8

ماه فروردین

جمله ماه: اگر صبح شما به شب برسد و برای کسب و کارتان بازاریابی و تبلیغات انجام ندهید کسب و کار شما بیمار است.

هدف فروش:

شرح استراتژی فروش این ماه:

.....

.....

.....

.....

.....

شرح اقدامات مورد نیاز جهت پیاده سازی و آماده سازی استراتژی:

..... 1

..... 2

..... 3

..... 4

..... 5

وضعیت تیم فروش

مهارت و سطح تیم فروش در چه وضعیتی هست و به چه آموزش هایی این ماه نیاز دارند؟

چه کتاب هایی را باید این ماه مطالعه کنند؟

تدوین برنامه عملیاتی این ماه

برنامه بازاریابی و تبلیغات
برای رسیدن به هدف فروش به چه تعداد سرخ فروش نیاز مندیم؟
چه کسی مسئول بازاریابی حضوری هست؟
چه مناطقی را این ماه باید بازاریابی کند؟
چه تعداد بازاریابی حضوری روزانه باید انجام دهد؟
برای بازاریابی به چه وسایل و ابزاری نیاز دارد و باید آماده گردد؟ (کاتالوگ، کارت ویزیت، رزومه، نمونه کار، رضایت مشتری، موبایل شرکت و...)

بازاریابی تلفنی
چه کسی مسئول بازاریابی تلفنی است؟
چه تعداد تماس تلفنی موفق روزانه باید انجام گیرد؟
با چه کسانی باید تماس بگیرید و در مورد چه چیزهایی باید صحبت کند.

تبلیغات

چه کسی مسئول هماهنگی و تبلیغات هست؟

متن و پیام تبلیغات چه چیزی است؟

در چه رسانه هایی باید تبلیغ کرد؟

بودجه مورد نیاز برای تبلیغات مورد نظر چقدر است؟

نحوه اندازه گیری و تحلیل تبلیغات چگونه است؟

مذاکره و شبکه سازی با افراد کلیدی (مشارکت انتفاعی)

مسئول مذاکره و هماهنگی چه کسی هست؟

چه تعداد مذاکره باید صورت گیرد؟

نحوه برقراری ارتباط باید به چه شکلی باشد؟

چک لیست اقدامات اجرایی این ماه

توضیحات	تیک اجرا	زمان اجرا	اقدامات اجرایی
			بازاریابی حضوری
			بازاریابی تلفنی
			تبلیغ اینستاگرام
			تبلیغ تلگرام
			تبلیغ سایت
			تبلیغ پیامک
			تبلیغ تراکت
			تبلیغ نصب بنر
			تبلیغ مجلات و روزنامه ها
			تبلیغ بیلبرد
			تبلیغ رادیو
			تبلیغ تلویزیون
			تبلیغ اتوبوسی
			دیوار و شیشه نویسی
			نمایشگاه
			تبلیغات خاموش
			مشارکت انتفاعی
			پیگیری مشتریان
			مذاکره با شرکای کلیدی
			افزایش مهارت تیم فروش
			جلسات هفتگی با تیم فروش
			سنجش رضایت مشتری

تحلیل ماه

میزان فروش واقعی این ماه؟
آیا به هدف رسیده ایم؟
دلایل نرسیدن به هدف چه چیزهایی بوده است؟
بزرگترین مشکلات این ماه که مانع فروش شما شده چه چیزهایی است؟
تعداد محصول فروخته شده چقدر بوده است؟
مدل های تعداد محصول فروخته شده به تفکیک؟
تعداد کل سرخ های دریافت شده چقدر بوده است؟
تعداد سرخ های منجر به به مذاکره چقدر بوده است؟
تعداد مشتریان منجر به خرید چه تعداد بوده است؟
تعداد مشتریان از دست رفته چقدر بوده است؟
این مشتریان چگونه و از چه طریقی با شما آشنا شده اند؟(به تفکیک بررسی شود)
چه کارهایی به درستی انجام نشده است و دلایل آن چیست؟

ماه اردیبهشت

جمله ماه: برای فروش بیشتر باید با افراد بیشتر ارتباط برقرار کنید

هدف فروش:

شرح استراتژی فروش این ماه:

.....

.....

.....

.....

.....

شرح اقدامات مورد نیاز جهت پیاده سازی و آماده سازی استراتژی:

..... 1

..... 2

..... 3

..... 4

..... 5

وضعیت تیم فروش

مهارت و سطح تیم فروش در چه وضعیتی هست و به چه آموزش هایی این ماه نیاز دارند؟

چه کتاب هایی را باید این ماه مطالعه کنند؟

تدوین برنامه عملیاتی این ماه

برنامه بازاریابی و تبلیغات
برای رسیدن به هدف فروش به چه تعداد سرخ فروش نیاز مندیم؟
چه کسی مسئول بازاریابی حضوری هست؟
چه مناطقی را این ماه باید بازاریابی کند؟
چه تعداد بازاریابی حضوری روزانه باید انجام دهد؟
برای بازاریابی به چه وسایل و ابزاری نیاز دارد و باید آماده گردد؟ (کاتالوگ، کارت ویزیت، رزومه، نمونه کار، رضایت مشتری، موبایل شرکت و...)

بازاریابی تلفنی
چه کسی مسئول بازاریابی تلفنی است؟
چه تعداد تماس تلفنی موفق روزانه باید انجام گیرد؟
با چه کسانی باید تماس بگیرید و در مورد چه چیزهایی باید صحبت کند.

تبلیغات

چه کسی مسئول هماهنگی و تبلیغات هست؟

متن و پیام تبلیغات چه چیزی است؟

در چه رسانه هایی باید تبلیغ کرد؟

بودجه مورد نیاز برای تبلیغات مورد نظر چقدر است؟

نحوه اندازه گیری و تحلیل تبلیغات چگونه است؟

مذاکره و شبکه سازی با افراد کلیدی (مشارکت انتفاعی)

مسئول مذاکره و هماهنگی چه کسی هست؟

چه تعداد مذاکره باید صورت گیرد؟

نحوه برقراری ارتباط باید به چه شکلی باشد؟

چک لیست اقدامات اجرایی این ماه

توضیحات	تیک اجرا	زمان اجرا	اقدامات اجرایی
			بازاریابی حضوری
			بازاریابی تلفنی
			تبلیغ اینستاگرام
			تبلیغ تلگرام
			تبلیغ سایت
			تبلیغ پیامک
			تبلیغ تراکت
			تبلیغ نصب بنر
			تبلیغ مجلات و روزنامه ها
			تبلیغ بیلبرد
			تبلیغ رادیو
			تبلیغ تلویزیون
			تبلیغ اتوبوسی
			دیوار و شیشه نویسی
			نمایشگاه
			تبلیغات خاموش
			مشارکت انتفاعی
			پیگیری مشتریان
			مذاکره با شرکای کلیدی
			افزایش مهارت تیم فروش
			جلسات هفتگی با تیم فروش
			سنجش رضایت مشتری

تحلیل ماه

میزان فروش واقعی این ماه؟
آیا به هدف رسیده ایم؟
دلایل نرسیدن به هدف چه چیزهایی بوده است؟
بزرگترین مشکلات این ماه که مانع فروش شما شده چه چیزهایی است؟
تعداد محصول فروخته شده چقدر بوده است؟
مدل های تعداد محصول فروخته شده به تفکیک؟
تعداد کل سرخ های دریافت شده چقدر بوده است؟
تعداد سرخ های منجر به به مذاکره چقدر بوده است؟
تعداد مشتریان منجر به خرید چه تعداد بوده است؟
تعداد مشتریان از دست رفته چقدر بوده است؟
این مشتریان چگونه و از چه طریقی با شما آشنا شده اند؟(به تفکیک بررسی شود)
چه کارهایی به درستی انجام نشده است و دلایل آن چیست؟

ماه خرداد

جمله ماه: به هر مشتری با این پیش زمینه نزدیک بشید که قرار هست برای حل مشکل یا رسیدن بهس هدفش کمک کنید ، نه برای فروش محصول یا خدمات (برایان تریسی)

هدف فروش:

شرح استراتژی فروش این ماه:

.....

.....

.....

.....

.....

شرح اقدامات مورد نیاز جهت پیاده سازی و آماده سازی استراتژی:

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

وضعیت تیم فروش

مهارت و سطح تیم فروش در چه وضعیتی هست و به چه آموزش هایی این ماه نیاز دارند؟

چه کتاب هایی را باید این ماه مطالعه کنند؟

تدوین برنامه عملیاتی این ماه

برنامه بازاریابی و تبلیغات
برای رسیدن به هدف فروش به چه تعداد سرخ فروش نیاز مندیم؟
چه کسی مسئول بازاریابی حضوری هست؟
چه مناطقی را این ماه باید بازاریابی کند؟
چه تعداد بازاریابی حضوری روزانه باید انجام دهد؟
برای بازاریابی به چه وسایل و ابزاری نیاز دارد و باید آماده گردد؟ (کاتالوگ، کارت ویزیت، رزومه، نمونه کار، رضایت مشتری، موبایل شرکت و...)

بازاریابی تلفنی
چه کسی مسئول بازاریابی تلفنی است؟
چه تعداد تماس تلفنی موفق روزانه باید انجام گیرد؟
با چه کسانی باید تماس بگیرید و در مورد چه چیزهایی باید صحبت کند.

تبلیغات

چه کسی مسئول هماهنگی و تبلیغات هست؟

متن و پیام تبلیغات چه چیزی است؟

در چه رسانه هایی باید تبلیغ کرد؟

بودجه مورد نیاز برای تبلیغات مورد نظر چقدر است؟

نحوه اندازه گیری و تحلیل تبلیغات چگونه است؟

مذاکره و شبکه سازی با افراد کلیدی (مشارکت انتفاعی)

مسئول مذاکره و هماهنگی چه کسی هست؟

چه تعداد مذاکره باید صورت گیرد؟

نحوه برقراری ارتباط باید به چه شکلی باشد؟

چک لیست اقدامات اجرایی این ماه

توضیحات	تیک اجرا	زمان اجرا	اقدامات اجرایی
			بازاریابی حضوری
			بازاریابی تلفنی
			تبلیغ اینستاگرام
			تبلیغ تلگرام
			تبلیغ سایت
			تبلیغ پیامک
			تبلیغ تراکت
			تبلیغ نصب بنر
			تبلیغ مجلات و روزنامه ها
			تبلیغ بیلبرد
			تبلیغ رادیو
			تبلیغ تلویزیون
			تبلیغ اتوبوسی
			دیوار و شیشه نویسی
			نمایشگاه
			تبلیغات خاموش
			مشارکت انتفاعی
			پیگیری مشتریان
			مذاکره با شرکای کلیدی
			افزایش مهارت تیم فروش
			جلسات هفتگی با تیم فروش
			سنجش رضایت مشتری

تحلیل ماه

میزان فروش واقعی این ماه؟
آیا به هدف رسیده ایم؟
دلایل نرسیدن به هدف چه چیزهایی بوده است؟
بزرگترین مشکلات این ماه که مانع فروش شما شده چه چیزهایی است؟
تعداد محصول فروخته شده چقدر بوده است؟
مدل های تعداد محصول فروخته شده به تفکیک؟
تعداد کل سرخ های دریافت شده چقدر بوده است؟
تعداد سرخ های منجر به به مذاکره چقدر بوده است؟
تعداد مشتریان منجر به خرید چه تعداد بوده است؟
تعداد مشتریان از دست رفته چقدر بوده است؟
این مشتریان چگونه و از چه طریقی با شما آشنا شده اند؟(به تفکیک بررسی شود)
چه کارهایی به درستی انجام نشده است و دلایل آن چیست؟

ماه تير

جمله ماه: همیشه بهترین کارتان را انجام دهید. چیزی که الان می کارید، بعداً درو خواهید کرد

هدف فروش:

شرح استراتژی فروش این ماه:

.....

.....

.....

.....

.....

شرح اقدامات مورد نیاز جهت پیاده سازی و آماده سازی استراتژی:

..... 1

..... 2

..... 3

..... 4

..... 5

وضعیت تیم فروش

مهارت و سطح تیم فروش در چه وضعیتی هست و به چه آموزش هایی این ماه نیاز دارند؟

چه کتاب هایی را باید این ماه مطالعه کنند؟

تدوین برنامه عملیاتی این ماه

برنامه بازاریابی و تبلیغات
برای رسیدن به هدف فروش به چه تعداد سرخ فروش نیاز مندیم؟
چه کسی مسئول بازاریابی حضوری هست؟
چه مناطقی را این ماه باید بازاریابی کند؟
چه تعداد بازاریابی حضوری روزانه باید انجام دهد؟
برای بازاریابی به چه وسایل و ابزاری نیاز دارد و باید آماده گردد؟ (کاتالوگ، کارت ویزیت، رزومه، نمونه کار، رضایت مشتری، موبایل شرکت و...)

بازاریابی تلفنی
چه کسی مسئول بازاریابی تلفنی است؟
چه تعداد تماس تلفنی موفق روزانه باید انجام گیرد؟
با چه کسانی باید تماس بگیرید و در مورد چه چیزهایی باید صحبت کند.

تبلیغات

چه کسی مسئول هماهنگی و تبلیغات هست؟

متن و پیام تبلیغات چه چیزی است؟

در چه رسانه هایی باید تبلیغ کرد؟

بودجه مورد نیاز برای تبلیغات مورد نظر چقدر است؟

نحوه اندازه گیری و تحلیل تبلیغات چگونه است؟

مذاکره و شبکه سازی با افراد کلیدی (مشارکت انتفاعی)

مسئول مذاکره و هماهنگی چه کسی هست؟

چه تعداد مذاکره باید صورت گیرد؟

نحوه برقراری ارتباط باید به چه شکلی باشد؟

چک لیست اقدامات اجرایی این ماه

توضیحات	تیک اجرا	زمان اجرا	اقدامات اجرایی
			بازاریابی حضوری
			بازاریابی تلفنی
			تبلیغ اینستاگرام
			تبلیغ تلگرام
			تبلیغ سایت
			تبلیغ پیامک
			تبلیغ تراکت
			تبلیغ نصب بنر
			تبلیغ مجلات و روزنامه ها
			تبلیغ بیلبورد
			تبلیغ رادیو
			تبلیغ تلویزیون
			تبلیغ اتوبوسی
			دیوار و شیشه نویسی
			نمایشگاه
			تبلیغات خاموش
			مشارکت انتفاعی
			پیگیری مشتریان
			مذاکره با شرکای کلیدی
			افزایش مهارت تیم فروش
			جلسات هفتگی با تیم فروش
			سنجش رضایت مشتری

تحلیل ماه

میزان فروش واقعی این ماه؟
آیا به هدف رسیده ایم؟
دلایل نرسیدن به هدف چه چیزهایی بوده است؟
بزرگترین مشکلات این ماه که مانع فروش شما شده چه چیزهایی است؟
تعداد محصول فروخته شده چقدر بوده است؟
مدل های تعداد محصول فروخته شده به تفکیک؟
تعداد کل سرخ های دریافت شده چقدر بوده است؟
تعداد سرخ های منجر به به مذاکره چقدر بوده است؟
تعداد مشتریان منجر به خرید چه تعداد بوده است؟
تعداد مشتریان از دست رفته چقدر بوده است؟
این مشتریان چگونه و از چه طریقی با شما آشنا شده اند؟(به تفکیک بررسی شود)
چه کارهایی به درستی انجام نشده است و دلایل آن چیست؟

ماه مرداد

جمله ماه: اگر به مشتری های خود اهمیت ندید ، رقبای شما اهمیت خواهند داد.

هدف فروش:

شرح استراتژی فروش این ماه:

.....

.....

.....

.....

.....

شرح اقدامات مورد نیاز جهت پیاده سازی و آماده سازی استراتژی:

..... 1

..... 2

..... 3

..... 4

..... 5

وضعیت تیم فروش

مهارت و سطح تیم فروش در چه وضعیتی هست و به چه آموزش هایی این ماه نیاز دارند؟

چه کتاب هایی را باید این ماه مطالعه کنند؟

تدوین برنامه عملیاتی این ماه

برنامه بازاریابی و تبلیغات
برای رسیدن به هدف فروش به چه تعداد سرخ فروش نیاز مندیم؟
چه کسی مسئول بازاریابی حضوری هست؟
چه مناطقی را این ماه باید بازاریابی کند؟
چه تعداد بازاریابی حضوری روزانه باید انجام دهد؟
برای بازاریابی به چه وسایل و ابزاری نیاز دارد و باید آماده گردد؟ (کاتالوگ، کارت ویزیت، رزومه، نمونه کار، رضایت مشتری، موبایل شرکت و...)

بازاریابی تلفنی
چه کسی مسئول بازاریابی تلفنی است؟
چه تعداد تماس تلفنی موفق روزانه باید انجام گیرد؟
با چه کسانی باید تماس بگیرید و در مورد چه چیزهایی باید صحبت کند.

تبلیغات

چه کسی مسئول هماهنگی و تبلیغات هست؟

متن و پیام تبلیغات چه چیزی است؟

در چه رسانه هایی باید تبلیغ کرد؟

بودجه مورد نیاز برای تبلیغات مورد نظر چقدر است؟

نحوه اندازه گیری و تحلیل تبلیغات چگونه است؟

مذاکره و شبکه سازی با افراد کلیدی (مشارکت انتفاعی)

مسئول مذاکره و هماهنگی چه کسی هست؟

چه تعداد مذاکره باید صورت گیرد؟

نحوه برقراری ارتباط باید به چه شکلی باشد؟

چک لیست اقدامات اجرایی این ماه

توضیحات	تیک اجرا	زمان اجرا	اقدامات اجرایی
			بازاریابی حضوری
			بازاریابی تلفنی
			تبلیغ اینستاگرام
			تبلیغ تلگرام
			تبلیغ سایت
			تبلیغ پیامک
			تبلیغ تراکت
			تبلیغ نصب بنر
			تبلیغ مجلات و روزنامه ها
			تبلیغ بیلبورد
			تبلیغ رادیو
			تبلیغ تلویزیون
			تبلیغ اتوبوسی
			دیوار و شیشه نویسی
			نمایشگاه
			تبلیغات خاموش
			مشارکت انتفاعی
			پیگیری مشتریان
			مذاکره با شرکای کلیدی
			افزایش مهارت تیم فروش
			جلسات هفتگی با تیم فروش
			سنجش رضایت مشتری

تحلیل ماه

میزان فروش واقعی این ماه؟
آیا به هدف رسیده ایم؟
دلایل نرسیدن به هدف چه چیزهایی بوده است؟
بزرگترین مشکلات این ماه که مانع فروش شما شده چه چیزهایی است؟
تعداد محصول فروخته شده چقدر بوده است؟
مدل های تعداد محصول فروخته شده به تفکیک؟
تعداد کل سرخ های دریافت شده چقدر بوده است؟
تعداد سرخ های منجر به به مذاکره چقدر بوده است؟
تعداد مشتریان منجر به خرید چه تعداد بوده است؟
تعداد مشتریان از دست رفته چقدر بوده است؟
این مشتریان چگونه و از چه طریقی با شما آشنا شده اند؟(به تفکیک بررسی شود)
چه کارهایی به درستی انجام نشده است و دلایل آن چیست؟

ماه شهریور

جمله ماه: تنها یک ریس وجود دارد و فقط مشتری است.

هدف فروش:

شرح استراتژی فروش این ماه:

.....

.....

.....

.....

.....

شرح اقدامات مورد نیاز جهت پیاده سازی و آماده سازی استراتژی:

..... 1

..... 2

..... 3

..... 4

..... 5

وضعیت تیم فروش

مهارت و سطح تیم فروش در چه وضعیتی هست و به چه آموزش هایی این ماه نیاز دارند؟

چه کتاب هایی را باید این ماه مطالعه کنند؟

تدوین برنامه عملیاتی این ماه

برنامه بازاریابی و تبلیغات
برای رسیدن به هدف فروش به چه تعداد سرخ فروش نیاز مندیم؟
چه کسی مسئول بازاریابی حضوری هست؟
چه مناطقی را این ماه باید بازاریابی کند؟
چه تعداد بازاریابی حضوری روزانه باید انجام دهد؟
برای بازاریابی به چه وسایل و ابزاری نیاز دارد و باید آماده گردد؟ (کاتالوگ، کارت ویزیت، رزومه، نمونه کار، رضایت مشتری، موبایل شرکت و...)

بازاریابی تلفنی
چه کسی مسئول بازاریابی تلفنی است؟
چه تعداد تماس تلفنی موفق روزانه باید انجام گیرد؟
با چه کسانی باید تماس بگیرید و در مورد چه چیزهایی باید صحبت کند.

تبلیغات

چه کسی مسئول هماهنگی و تبلیغات هست؟

متن و پیام تبلیغات چه چیزی است؟

در چه رسانه هایی باید تبلیغ کرد؟

بودجه مورد نیاز برای تبلیغات مورد نظر چقدر است؟

نحوه اندازه گیری و تحلیل تبلیغات چگونه است؟

مذاکره و شبکه سازی با افراد کلیدی (مشارکت انتفاعی)

مسئول مذاکره و هماهنگی چه کسی هست؟

چه تعداد مذاکره باید صورت گیرد؟

نحوه برقراری ارتباط باید به چه شکلی باشد؟

چک لیست اقدامات اجرایی این ماه

توضیحات	تیک اجرا	زمان اجرا	اقدامات اجرایی
			بازاریابی حضوری
			بازاریابی تلفنی
			تبلیغ اینستاگرام
			تبلیغ تلگرام
			تبلیغ سایت
			تبلیغ پیامک
			تبلیغ تراکت
			تبلیغ نصب بنر
			تبلیغ مجلات و روزنامه ها
			تبلیغ بیلبورد
			تبلیغ رادیو
			تبلیغ تلویزیون
			تبلیغ اتوبوسی
			دیوار و شیشه نویسی
			نمایشگاه
			تبلیغات خاموش
			مشارکت انتفاعی
			پیگیری مشتریان
			مذاکره با شرکای کلیدی
			افزایش مهارت تیم فروش
			جلسات هفتگی با تیم فروش
			سنجش رضایت مشتری

تحلیل ماه

میزان فروش واقعی این ماه؟
آیا به هدف رسیده ایم؟
دلایل نرسیدن به هدف چه چیزهایی بوده است؟
بزرگترین مشکلات این ماه که مانع فروش شما شده چه چیزهایی است؟
تعداد محصول فروخته شده چقدر بوده است؟
مدل های تعداد محصول فروخته شده به تفکیک؟
تعداد کل سرخ های دریافت شده چقدر بوده است؟
تعداد سرخ های منجر به به مذاکره چقدر بوده است؟
تعداد مشتریان منجر به خرید چه تعداد بوده است؟
تعداد مشتریان از دست رفته چقدر بوده است؟
این مشتریان چگونه و از چه طریقی با شما آشنا شده اند؟(به تفکیک بررسی شود)
چه کارهایی به درستی انجام نشده است و دلایل آن چیست؟

ماه مهر

جمله ماه: هدف هر کسب و کاری در نهایت باید ایجاد مشتری و حفظ و نگهداری مشتری باشد.

هدف فروش:

شرح استراتژی فروش این ماه:

.....

.....

.....

.....

.....

شرح اقدامات مورد نیاز جهت پیاده سازی و آماده سازی استراتژی:

..... 1

..... 2

..... 3

..... 4

..... 5

وضعیت تیم فروش

مهارت و سطح تیم فروش در چه وضعیتی هست و به چه آموزش هایی این ماه نیاز دارند؟

چه کتاب هایی را باید این ماه مطالعه کنند؟

تدوین برنامه عملیاتی این ماه

برنامه بازاریابی و تبلیغات
برای رسیدن به هدف فروش به چه تعداد سرخ فروش نیاز مندیم؟
چه کسی مسئول بازاریابی حضوری هست؟
چه مناطقی را این ماه باید بازاریابی کند؟
چه تعداد بازاریابی حضوری روزانه باید انجام دهد؟
برای بازاریابی به چه وسایل و ابزاری نیاز دارد و باید آماده گردد؟ (کاتالوگ، کارت ویزیت، رزومه، نمونه کار، رضایت مشتری، موبایل شرکت و...)

بازاریابی تلفنی
چه کسی مسئول بازاریابی تلفنی است؟
چه تعداد تماس تلفنی موفق روزانه باید انجام گیرد؟
با چه کسانی باید تماس بگیرید و در مورد چه چیزهایی باید صحبت کند.

تبلیغات

چه کسی مسئول هماهنگی و تبلیغات هست؟

متن و پیام تبلیغات چه چیزی است؟

در چه رسانه هایی باید تبلیغ کرد؟

بودجه مورد نیاز برای تبلیغات مورد نظر چقدر است؟

نحوه اندازه گیری و تحلیل تبلیغات چگونه است؟

مذاکره و شبکه سازی با افراد کلیدی (مشارکت انتفاعی)

مسئول مذاکره و هماهنگی چه کسی هست؟

چه تعداد مذاکره باید صورت گیرد؟

نحوه برقراری ارتباط باید به چه شکلی باشد؟

چک لیست اقدامات اجرایی این ماه

توضیحات	تیک اجرا	زمان اجرا	اقدامات اجرایی
			بازاریابی حضوری
			بازاریابی تلفنی
			تبلیغ اینستاگرام
			تبلیغ تلگرام
			تبلیغ سایت
			تبلیغ پیامک
			تبلیغ تراکت
			تبلیغ نصب بنر
			تبلیغ مجلات و روزنامه ها
			تبلیغ بیلبرد
			تبلیغ رادیو
			تبلیغ تلویزیون
			تبلیغ اتوبوسی
			دیوار و شیشه نویسی
			نمایشگاه
			تبلیغات خاموش
			مشارکت انتفاعی
			پیگیری مشتریان
			مذاکره با شرکای کلیدی
			افزایش مهارت تیم فروش
			جلسات هفتگی با تیم فروش
			سنجش رضایت مشتری

تحلیل ماه

میزان فروش واقعی این ماه؟
آیا به هدف رسیده ایم؟
دلایل نرسیدن به هدف چه چیزهایی بوده است؟
بزرگترین مشکلات این ماه که مانع فروش شما شده چه چیزهایی است؟
تعداد محصول فروخته شده چقدر بوده است؟
مدل های تعداد محصول فروخته شده به تفکیک؟
تعداد کل سرخ های دریافت شده چقدر بوده است؟
تعداد سرخ های منجر به به مذاکره چقدر بوده است؟
تعداد مشتریان منجر به خرید چه تعداد بوده است؟
تعداد مشتریان از دست رفته چقدر بوده است؟
این مشتریان چگونه و از چه طریقی با شما آشنا شده اند؟(به تفکیک بررسی شود)
چه کارهایی به درستی انجام نشده است و دلایل آن چیست؟

ماه آبان

جمله ماه: اگر مشتری ندارید مشکل از تبلیغات و بازاریابی شماست و اگر مشتری دارید و منجر به خرید نمی شود مشکل می تواند از فروشنده، قیمت، کیفیت و شرایط پرداخت باشد.

هدف فروش:

شرح استراتژی فروش این ماه:

.....

.....

.....

.....

.....

شرح اقدامات مورد نیاز جهت پیاده سازی و آماده سازی استراتژی:

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

وضعیت تیم فروش

مهارت و سطح تیم فروش در چه وضعیتی هست و به چه آموزش هایی این ماه نیاز دارند؟

چه کتاب هایی را باید این ماه مطالعه کنند؟

تدوین برنامه عملیاتی این ماه

برنامه بازاریابی و تبلیغات
برای رسیدن به هدف فروش به چه تعداد سرخ فروش نیاز مندیم؟
چه کسی مسئول بازاریابی حضوری هست؟
چه مناطقی را این ماه باید بازاریابی کند؟
چه تعداد بازاریابی حضوری روزانه باید انجام دهد؟
برای بازاریابی به چه وسایل و ابزاری نیاز دارد و باید آماده گردد؟ (کاتالوگ، کارت ویزیت، رزومه، نمونه کار، رضایت مشتری، موبایل شرکت و...)

بازاریابی تلفنی
چه کسی مسئول بازاریابی تلفنی است؟
چه تعداد تماس تلفنی موفق روزانه باید انجام گیرد؟
با چه کسانی باید تماس بگیرید و در مورد چه چیزهایی باید صحبت کند.

تبلیغات

چه کسی مسئول هماهنگی و تبلیغات هست؟

متن و پیام تبلیغات چه چیزی است؟

در چه رسانه هایی باید تبلیغ کرد؟

بودجه مورد نیاز برای تبلیغات مورد نظر چقدر است؟

نحوه اندازه گیری و تحلیل تبلیغات چگونه است؟

مذاکره و شبکه سازی با افراد کلیدی (مشارکت انتفاعی)

مسئول مذاکره و هماهنگی چه کسی هست؟

چه تعداد مذاکره باید صورت گیرد؟

نحوه برقراری ارتباط باید به چه شکلی باشد؟

چک لیست اقدامات اجرایی این ماه

توضیحات	تیک اجرا	زمان اجرا	اقدامات اجرایی
			بازاریابی حضوری
			بازاریابی تلفنی
			تبلیغ اینستاگرام
			تبلیغ تلگرام
			تبلیغ سایت
			تبلیغ پیامک
			تبلیغ تراکت
			تبلیغ نصب بنر
			تبلیغ مجلات و روزنامه ها
			تبلیغ بیلبرد
			تبلیغ رادیو
			تبلیغ تلویزیون
			تبلیغ اتوبوسی
			دیوار و شیشه نویسی
			نمایشگاه
			تبلیغات خاموش
			مشارکت انتفاعی
			پیگیری مشتریان
			مذاکره با شرکای کلیدی
			افزایش مهارت تیم فروش
			جلسات هفتگی با تیم فروش
			سنجش رضایت مشتری

تحلیل ماه

میزان فروش واقعی این ماه؟
آیا به هدف رسیده ایم؟
دلایل نرسیدن به هدف چه چیزهایی بوده است؟
بزرگترین مشکلات این ماه که مانع فروش شما شده چه چیزهایی است؟
تعداد محصول فروخته شده چقدر بوده است؟
مدل های تعداد محصول فروخته شده به تفکیک؟
تعداد کل سرخ های دریافت شده چقدر بوده است؟
تعداد سرخ های منجر به به مذاکره چقدر بوده است؟
تعداد مشتریان منجر به خرید چه تعداد بوده است؟
تعداد مشتریان از دست رفته چقدر بوده است؟
این مشتریان چگونه و از چه طریقی با شما آشنا شده اند؟(به تفکیک بررسی شود)
چه کارهایی به درستی انجام نشده است و دلایل آن چیست؟

ماه آذر

جمله ماه: بازاریابی بسیار مهمتر از آن است که به بخش بازاریابی تنها واگذار شود .

هدف فروش:

شرح استراتژی فروش این ماه:

.....

.....

.....

.....

.....

شرح اقدامات مورد نیاز جهت پیاده سازی و آماده سازی استراتژی:

..... 1

..... 2

..... 3

..... 4

..... 5

وضعیت تیم فروش

مهارت و سطح تیم فروش در چه وضعیتی هست و به چه آموزش هایی این ماه نیاز دارند؟

چه کتاب هایی را باید این ماه مطالعه کنند؟

تدوین برنامه عملیاتی این ماه

برنامه بازاریابی و تبلیغات
برای رسیدن به هدف فروش به چه تعداد سرخ فروش نیاز مندیم؟
چه کسی مسئول بازاریابی حضوری هست؟
چه مناطقی را این ماه باید بازاریابی کند؟
چه تعداد بازاریابی حضوری روزانه باید انجام دهد؟
برای بازاریابی به چه وسایل و ابزاری نیاز دارد و باید آماده گردد؟ (کاتالوگ، کارت ویزیت، رزومه، نمونه کار، رضایت مشتری، موبایل شرکت و...)

بازاریابی تلفنی
چه کسی مسئول بازاریابی تلفنی است؟
چه تعداد تماس تلفنی موفق روزانه باید انجام گیرد؟
با چه کسانی باید تماس بگیرید و در مورد چه چیزهایی باید صحبت کند.

تبلیغات

چه کسی مسئول هماهنگی و تبلیغات هست؟

متن و پیام تبلیغات چه چیزی است؟

در چه رسانه هایی باید تبلیغ کرد؟

بودجه مورد نیاز برای تبلیغات مورد نظر چقدر است؟

نحوه اندازه گیری و تحلیل تبلیغات چگونه است؟

مذاکره و شبکه سازی با افراد کلیدی (مشارکت انتفاعی)

مسئول مذاکره و هماهنگی چه کسی هست؟

چه تعداد مذاکره باید صورت گیرد؟

نحوه برقراری ارتباط باید به چه شکلی باشد؟

چک لیست اقدامات اجرایی این ماه

توضیحات	تیک اجرا	زمان اجرا	اقدامات اجرایی
			بازاریابی حضوری
			بازاریابی تلفنی
			تبلیغ اینستاگرام
			تبلیغ تلگرام
			تبلیغ سایت
			تبلیغ پیامک
			تبلیغ تراکت
			تبلیغ نصب بنر
			تبلیغ مجلات و روزنامه ها
			تبلیغ بیلبرد
			تبلیغ رادیو
			تبلیغ تلویزیون
			تبلیغ اتوبوسی
			دیوار و شیشه نویسی
			نمایشگاه
			تبلیغات خاموش
			مشارکت انتفاعی
			پیگیری مشتریان
			مذاکره با شرکای کلیدی
			افزایش مهارت تیم فروش
			جلسات هفتگی با تیم فروش
			سنجش رضایت مشتری

تحلیل ماه

میزان فروش واقعی این ماه؟
آیا به هدف رسیده ایم؟
دلایل نرسیدن به هدف چه چیزهایی بوده است؟
بزرگترین مشکلات این ماه که مانع فروش شما شده چه چیزهایی است؟
تعداد محصول فروخته شده چقدر بوده است؟
مدل های تعداد محصول فروخته شده به تفکیک؟
تعداد کل سرخ های دریافت شده چقدر بوده است؟
تعداد سرخ های منجر به به مذاکره چقدر بوده است؟
تعداد مشتریان منجر به خرید چه تعداد بوده است؟
تعداد مشتریان از دست رفته چقدر بوده است؟
این مشتریان چگونه و از چه طریقی با شما آشنا شده اند؟(به تفکیک بررسی شود)
چه کارهایی به درستی انجام نشده است و دلایل آن چیست؟

ماه دی

جمله ماه: وعده و قول حداقلی به مشتری بدهید و در عمل بیشتر از آن را اجرا کنید این جوری می توانید مشتری خود را ذوق زده کنید.

هدف فروش:

شرح استراتژی فروش این ماه:

.....

.....

.....

.....

.....

شرح اقدامات مورد نیاز جهت پیاده سازی و آماده سازی استراتژی:

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

وضعیت تیم فروش

مهارت و سطح تیم فروش در چه وضعیتی هست و به چه آموزش هایی این ماه نیاز دارند؟

چه کتاب هایی را باید این ماه مطالعه کنند؟

تدوین برنامه عملیاتی این ماه

برنامه بازاریابی و تبلیغات
برای رسیدن به هدف فروش به چه تعداد سرخ فروش نیاز مندیم؟
چه کسی مسئول بازاریابی حضوری هست؟
چه مناطقی را این ماه باید بازاریابی کند؟
چه تعداد بازاریابی حضوری روزانه باید انجام دهد؟
برای بازاریابی به چه وسایل و ابزاری نیاز دارد و باید آماده گردد؟ (کاتالوگ، کارت ویزیت، رزومه، نمونه کار، رضایت مشتری، موبایل شرکت و...)

بازاریابی تلفنی
چه کسی مسئول بازاریابی تلفنی است؟
چه تعداد تماس تلفنی موفق روزانه باید انجام گیرد؟
با چه کسانی باید تماس بگیرید و در مورد چه چیزهایی باید صحبت کند.

تبلیغات

چه کسی مسئول هماهنگی و تبلیغات هست؟

متن و پیام تبلیغات چه چیزی است؟

در چه رسانه هایی باید تبلیغ کرد؟

بودجه مورد نیاز برای تبلیغات مورد نظر چقدر است؟

نحوه اندازه گیری و تحلیل تبلیغات چگونه است؟

مذاکره و شبکه سازی با افراد کلیدی (مشارکت انتفاعی)

مسئول مذاکره و هماهنگی چه کسی هست؟

چه تعداد مذاکره باید صورت گیرد؟

نحوه برقراری ارتباط باید به چه شکلی باشد؟

چک لیست اقدامات اجرایی این ماه

توضیحات	تیک اجرا	زمان اجرا	اقدامات اجرایی
			بازاریابی حضوری
			بازاریابی تلفنی
			تبلیغ اینستاگرام
			تبلیغ تلگرام
			تبلیغ سایت
			تبلیغ پیامک
			تبلیغ تراکت
			تبلیغ نصب بنر
			تبلیغ مجلات و روزنامه ها
			تبلیغ بیلبرد
			تبلیغ رادیو
			تبلیغ تلویزیون
			تبلیغ اتوبوسی
			دیوار و شیشه نویسی
			نمایشگاه
			تبلیغات خاموش
			مشارکت انتفاعی
			پیگیری مشتریان
			مذاکره با شرکای کلیدی
			افزایش مهارت تیم فروش
			جلسات هفتگی با تیم فروش
			سنجش رضایت مشتری

تحلیل ماه

میزان فروش واقعی این ماه؟
آیا به هدف رسیده ایم؟
دلایل نرسیدن به هدف چه چیزهایی بوده است؟
بزرگترین مشکلات این ماه که مانع فروش شما شده چه چیزهایی است؟
تعداد محصول فروخته شده چقدر بوده است؟
مدل های تعداد محصول فروخته شده به تفکیک؟
تعداد کل سرخ های دریافت شده چقدر بوده است؟
تعداد سرخ های منجر به به مذاکره چقدر بوده است؟
تعداد مشتریان منجر به خرید چه تعداد بوده است؟
تعداد مشتریان از دست رفته چقدر بوده است؟
این مشتریان چگونه و از چه طریقی با شما آشنا شده اند؟(به تفکیک بررسی شود)
چه کارهایی به درستی انجام نشده است و دلایل آن چیست؟

ماه بهمن

جمله ماه: میزان موفقیت شما به کارهایی که انجام می دهید بستگی دارد نه چیزهایی را که می دانید.

هدف فروش:

شرح استراتژی فروش این ماه:

.....

.....

.....

.....

.....

شرح اقدامات مورد نیاز جهت پیاده سازی و آماده سازی استراتژی:

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

وضعیت تیم فروش

مهارت و سطح تیم فروش در چه وضعیتی هست و به چه آموزش هایی این ماه نیاز دارند؟

چه کتاب هایی را باید این ماه مطالعه کنند؟

تدوین برنامه عملیاتی این ماه

برنامه بازاریابی و تبلیغات
برای رسیدن به هدف فروش به چه تعداد سرخ فروش نیاز مندیم؟
چه کسی مسئول بازاریابی حضوری هست؟
چه مناطقی را این ماه باید بازاریابی کند؟
چه تعداد بازاریابی حضوری روزانه باید انجام دهد؟
برای بازاریابی به چه وسایل و ابزاری نیاز دارد و باید آماده گردد؟ (کاتالوگ، کارت ویزیت، رزومه، نمونه کار، رضایت مشتری، موبایل شرکت و...)

بازاریابی تلفنی
چه کسی مسئول بازاریابی تلفنی است؟
چه تعداد تماس تلفنی موفق روزانه باید انجام گیرد؟
با چه کسانی باید تماس بگیرید و در مورد چه چیزهایی باید صحبت کند.

تبلیغات

چه کسی مسئول هماهنگی و تبلیغات هست؟

متن و پیام تبلیغات چه چیزی است؟

در چه رسانه هایی باید تبلیغ کرد؟

بودجه مورد نیاز برای تبلیغات مورد نظر چقدر است؟

نحوه اندازه گیری و تحلیل تبلیغات چگونه است؟

مذاکره و شبکه سازی با افراد کلیدی (مشارکت انتفاعی)

مسئول مذاکره و هماهنگی چه کسی هست؟

چه تعداد مذاکره باید صورت گیرد؟

نحوه برقراری ارتباط باید به چه شکلی باشد؟

چک لیست اقدامات اجرایی این ماه

توضیحات	تیک اجرا	زمان اجرا	اقدامات اجرایی
			بازاریابی حضوری
			بازاریابی تلفنی
			تبلیغ اینستاگرام
			تبلیغ تلگرام
			تبلیغ سایت
			تبلیغ پیامک
			تبلیغ تراکت
			تبلیغ نصب بنر
			تبلیغ مجلات و روزنامه ها
			تبلیغ بیلبرد
			تبلیغ رادیو
			تبلیغ تلویزیون
			تبلیغ اتوبوسی
			دیوار و شیشه نویسی
			نمایشگاه
			تبلیغات خاموش
			مشارکت انتفاعی
			پیگیری مشتریان
			مذاکره با شرکای کلیدی
			افزایش مهارت تیم فروش
			جلسات هفتگی با تیم فروش
			سنجش رضایت مشتری

تحلیل ماه

میزان فروش واقعی این ماه؟
آیا به هدف رسیده ایم؟
دلایل نرسیدن به هدف چه چیزهایی بوده است؟
بزرگترین مشکلات این ماه که مانع فروش شما شده چه چیزهایی است؟
تعداد محصول فروخته شده چقدر بوده است؟
مدل های تعداد محصول فروخته شده به تفکیک؟
تعداد کل سرخ های دریافت شده چقدر بوده است؟
تعداد سرخ های منجر به به مذاکره چقدر بوده است؟
تعداد مشتریان منجر به خرید چه تعداد بوده است؟
تعداد مشتریان از دست رفته چقدر بوده است؟
این مشتریان چگونه و از چه طریقی با شما آشنا شده اند؟(به تفکیک بررسی شود)
چه کارهایی به درستی انجام نشده است و دلایل آن چیست؟

ماه اسفند

جمله ماه : مهمترین کار در فروش پیگیری است

هدف فروش:

شرح استراتژی فروش این ماه:

.....

.....

.....

.....

.....

شرح اقدامات مورد نیاز جهت پیاده سازی و آماده سازی استراتژی:

..... 1

..... 2

..... 3

..... 4

..... 5

وضعیت تیم فروش

مهارت و سطح تیم فروش در چه وضعیتی هست و به چه آموزش هایی این ماه نیاز دارند؟

چه کتاب هایی را باید این ماه مطالعه کنند؟

تدوین برنامه عملیاتی این ماه

برنامه بازاریابی و تبلیغات
برای رسیدن به هدف فروش به چه تعداد سرخ فروش نیاز مندیم؟
چه کسی مسئول بازاریابی حضوری هست؟
چه مناطقی را این ماه باید بازاریابی کند؟
چه تعداد بازاریابی حضوری روزانه باید انجام دهد؟
برای بازاریابی به چه وسایل و ابزاری نیاز دارد و باید آماده گردد؟ (کاتالوگ، کارت ویزیت، رزومه، نمونه کار، رضایت مشتری، موبایل شرکت و...)

بازاریابی تلفنی
چه کسی مسئول بازاریابی تلفنی است؟
چه تعداد تماس تلفنی موفق روزانه باید انجام گیرد؟
با چه کسانی باید تماس بگیرید و در مورد چه چیزهایی باید صحبت کند.

تبلیغات

چه کسی مسئول هماهنگی و تبلیغات هست؟

متن و پیام تبلیغات چه چیزی است؟

در چه رسانه هایی باید تبلیغ کرد؟

بودجه مورد نیاز برای تبلیغات مورد نظر چقدر است؟

نحوه اندازه گیری و تحلیل تبلیغات چگونه است؟

مذاکره و شبکه سازی با افراد کلیدی (مشارکت انتفاعی)

مسئول مذاکره و هماهنگی چه کسی هست؟

چه تعداد مذاکره باید صورت گیرد؟

نحوه برقراری ارتباط باید به چه شکلی باشد؟

چک لیست اقدامات اجرایی این ماه

توضیحات	تیک اجرا	زمان اجرا	اقدامات اجرایی
			بازاریابی حضوری
			بازاریابی تلفنی
			تبلیغ اینستاگرام
			تبلیغ تلگرام
			تبلیغ سایت
			تبلیغ پیامک
			تبلیغ تراکت
			تبلیغ نصب بنر
			تبلیغ مجلات و روزنامه ها
			تبلیغ بیلبورد
			تبلیغ رادیو
			تبلیغ تلویزیون
			تبلیغ اتوبوسی
			دیوار و شیشه نویسی
			نمایشگاه
			تبلیغات خاموش
			مشارکت انتفاعی
			پیگیری مشتریان
			مذاکره با شرکای کلیدی
			افزایش مهارت تیم فروش
			جلسات هفتگی با تیم فروش
			سنجش رضایت مشتری

تحلیل ماه

میزان فروش واقعی این ماه؟
آیا به هدف رسیده ایم؟
دلایل نرسیدن به هدف چه چیزهایی بوده است؟
بزرگترین مشکلات این ماه که مانع فروش شما شده چه چیزهایی است؟
تعداد محصول فروخته شده چقدر بوده است؟
مدل های تعداد محصول فروخته شده به تفکیک؟
تعداد کل سرخ های دریافت شده چقدر بوده است؟
تعداد سرخ های منجر به به مذاکره چقدر بوده است؟
تعداد مشتریان منجر به خرید چه تعداد بوده است؟
تعداد مشتریان از دست رفته چقدر بوده است؟
این مشتریان چگونه و از چه طریقی با شما آشنا شده اند؟(به تفکیک بررسی شود)
چه کارهایی به درستی انجام نشده است و دلایل آن چیست؟

