CHIẾN LƯỢC KINH DOANH VÀ CHIẾN LƯỢC MARKETING

Kế hoach Kinh doanh

Chiến lược Marketing

Nghiên cứu thị trường

Chiến thuật Marketing

Nhiệm vụ và sứ mệnh kinh doanh	Mục tiêu và phân khúc thị trường	Môi trường cạnh tranh	Xây dựng Lợi ích để chào hàng	Chiến lược Brand - định vị thị trường	Chiến lược bán hàng và Truyền thông	Tung sản phẩm	Tổ chức và cách thức hoạt động	Phân tích tài chính
*Xác định nhiệm vụ và sứ mệnh *Mô hình kinh doanh: -Các hình thức: mua lại, cấp phép hoặc hợp tác nếu cần *Chiến lược thâm nhập thị trường: -Các rào cản cần vượt qua -Các chiến lược thay thế	*Phân khúc thị trường *Nhận dạng khách hàng và phân khúc thị trường *Xác định vấn đề lý tính và cảm tính của khách hàng (tiếng nói của khách hàng)	* Nhận diện hình ảnh và hồ sơ : *Đối thủ cạnh tranh trực tiếp (SWOT) *Đối thủ cạnh tranh gián tiếp (SWOT)	*Chú trọng nhu cầu - vấn đề của khách hàng *Mô tả chào hàng – các lợi ích lý tính và cảm tính (thập đại lợi ích) *Chiến lược giá và giá trị *Thực hiện/thử nghiệm phản ứng thị trường.	*SWOT * Định vị lợi ích lớn nhất (unique selling proposition – USP) *Chiến lược thương hiệu *Chiến lược thâm nhập thị trường -Các rào cản chính -Các chiến lược thay thế -Các mục tiêu *Các yếu tố thành công	*Chiến lược sale và kênh bán hàng *Tổ chức lực lượng bán hàng *Đo lường và các biện pháp tăng doanh thu *Chiến lược quảng cáo và xúc tiến thị trường. * Chiến lược Content mar * Chiến lược đòn bẩy PR * Chiến lược CRM và Wom	*Các cột mốc và khung thời gian *Rủi ro và khó khăn có thể xảy ra *Các yếu tố thành công chính *Kế hoạch thực hiện marketing (Marketing Action Plan – MAP)	*Cấu trúc tổ chức *R&D và mô hình hoạt động -Mô hình liên kết dọc -Tự làm hay thuê ngoài *Nguồn nhân lực *Cách quản lý và văn hóa *Hệ thống và quá trình kinh doanh	*Mô hình tài chính -Cấu trúc chi phí -Lợi nhuận và doanh thu dự kiến trên từng phân khúc thị trường *Các yêu cầu đầu tư và các kế hoạch tài chính

Theo dõi/Đánh giá kết quả/Điều chỉnh