

Implementacija

Implementacija vašeg marketing plana za izvoz

Vaš marketing plan za izvoz mora uraditi više nego samo reci šta vi želite da se desi. Mora opisati svaki korak koji je potrebno poduzeti da bi došlo do ostvarenja plana. Stoga, plan bi trebao uključiti raspored ključnih zadataka. Pri tom se određuje šta će se uraditi, ko će bit zadužen i do kada. Što je češće moguće provjerite raspored aktivnosti da ne biste izgubili iz vida vaše ciljeve zbog obavljanja svakodnevnih zadataka.

Plan bi također trebao dati procjenu potrebnih resursa. Na primjer, možda će te trebati razmisliti o tome koje brošure su vam potrebne, koji dizajn, na kojem jeziku, i da li trebaju biti napravljene u digitalnom obliku za distribuciju (putem emaila ili sa vaše web stranice). Možda će te također trebati utvrditi koliko vremena je potrebno za prodaju i da li imate dovoljno prodajnog osoblja.

Trošak svih aktivnosti u planu treba biti uključen u budžet. Ako su vaša finansijska sredstva ograničena, vaš plan će to trebati uzeti u obzir. Nemojte previše širiti vaše marketinške aktivnosti - bolje je odabrati nekoliko aktivnosti i izvući maksimum iz njih.

Kontrola

Pored postavljanja rasporeda aktivnosti, marketing plan za izvoz treba navesti način na koji će se sprovoditi kontrola. Potrebna je jedna osoba koja će preuzeti odgovornost da se održi napredak. Dobar raspored aktivnosti i budžet trebali bi olakšati praćenje napretka. Kada zaostanete za planiranim rasporedom ili prekoračite troškove, morate biti spremni učiniti nešto po tom pitanju i da u skladu sa tim prilagodite svoj plan.

S vremena na vrijeme, morate se odmaknuti i upitati da li plan postiže željeni efekat. Šta možete naučiti iz vaših grešaka? Kako možete iskoristiti stečeno znanje za izradu boljeg plana u budućnosti?

Sprovedite plan u praksu

Plan se neće realizovati sam od sebe. Morate imenovati osobu koja će biti odgovorna za praćenje napretka i sprovođenje zaostalih aktivnosti. Revizija napretka će vam također pomoći da učite na greškama tako da možete poboljšati vaše buduće planove. U tu svrhu se i izrađuje plan aktivnosti koji uključuje osobe odgovorne za implementaciju svake aktivnosti bilo da se radi o zaposleniku kompanije ili konsultantu ukoliko se kompanija odluči angažovati konsultanta. Plan aktivnosti se treba ažurirati po potrebi da bi se uzeli u obzir svi faktori koji mogu imati uticaja na ostvarenje istog.