**[](https://jp.smartsheet.com/try-it?trp=77325&utm_language=JA&utm_source=integrated+content&utm_campaign=/go-to-market-plan-template&utm_medium=ic+go+to+market+marketing+plan+77325+word+jp&lpa=ic+go+to+market+marketing+plan+77325+word+jp&lx=VP_CyadgTnJOljvhy0tIYgBAgeTPLDIL8TQRu558b7w)**

**市場開拓マーケティング計画**

マーケティング計画

会社名

形状、背景パターン

自動的に生成された説明番地

市区町村、州、郵便番号

webaddress.com

バージョン 0.0.0

00/00/0000

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 作成者 | タイトル | 日付 |
|  |  |  |
| 電子メール | | 電話 |
|  | |  |
| 承認者 | タイトル | 日付 |
|  |  |  |

目次

[1. 経営概要 3](#_Toc22670101)

[2. ミッションステートメント 4](#_Toc22670102)

[3. ビジョンステートメント 4](#_Toc22670103)

[4. 状況分析 5](#_Toc22670104)

[4.15 °C分析 5](#_Toc22670105)

[4.1.1 会社 5](#_Toc22670106)

[4.1.2 協力者 5](#_Toc22670107)

[4.1.3 顧客 5](#_Toc22670108)

[4.1.4 競合相手 5](#_Toc22670109)

[4.1.5 気候 5](#_Toc22670110)

[4.2SWOT 分析 6](#_Toc22670111)

[5. コア機能 7](#_Toc22670112)

[6. 目標 8](#_Toc22670113)

[6.1 事業目標 8](#_Toc22670114)

[6.2 売上目標 8](#_Toc22670115)

[6.3 財務目標 9](#_Toc22670116)

[6.4 マーケティング目標 9](#_Toc22670117)

[7. ターゲット市場 10](#_Toc22670118)

[7.1 情報収集 10](#_Toc22670119)

[7.2 ピンポイント 10](#_Toc22670120)

[7.3 ソリューション 11](#_Toc22670121)

[7.4 バイヤーペルソナ 11](#_Toc22670122)

[8. マーケティング戦略 12](#_Toc22670123)

[8.1 購入者の購買サイクル 12](#_Toc22670124)

[8.2 ユニークな販売提案(USP) 12](#_Toc22670125)

[8.3 ブランディング 13](#_Toc22670126)

[8.4 マーケティングミックス - 4Ps13](#_Toc22670127)

[8.4.1 製品 13](#_Toc22670128)

[8.4.2 価格 13](#_Toc22670129)

[8.4.3 プレイス 14](#_Toc22670130)

[8.4.4 昇格 14](#_Toc22670131)

[8.5 マーケティングチャネル 14](#_Toc22670132)

[8.6 予算 15](#_Toc22670133)

[9. 性能基準・測定方法 16](#_Toc22670134)

[9.1 パフォーマンスの基準 16](#_Toc22670135)

[9.2 ベンチマーク 16](#_Toc22670136)

[9.3 成功を測定するためのマーケティング指標 17](#_Toc22670137)

[9.4 測定方法 17](#_Toc22670138)

[10. 決算短信 18](#_Toc22670139)

[10.1 業績予想 18](#_Toc22670140)

[10.2 損益分岐点分析 18](#_Toc22670141)

[10.3 財務諸表 19](#_Toc22670142)

[10.3.1 損益計算書 19](#_Toc22670143)

[10.3.2 キャッシュフロー予測 19](#_Toc22670144)

[10.3.3 貸借対照表 19](#_Toc22670145)

[11. 付録 20](#_Toc22670146)

[11.1 研究成果 20](#_Toc22670147)

[11.2 製品仕様と画像 20](#_Toc22670148)

# 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

|  |
| --- |
|  |

### 協力

|  |
| --- |
|  |

### 顧客

|  |
| --- |
|  |

### 競合 他社

|  |
| --- |
|  |

### 気候

|  |
| --- |
|  |

## スワット分析

|  |  |
| --- | --- |
| 内部要因 | |
| 強み (+) | 弱点 (-) |
|  |  |
| 外部要因 | |
| オポチュニティ (+) | 脅威 (-) |
|  |  |

# コア機能

機能 1

|  |
| --- |
|  |

機能 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

|  |
| --- |
|  |

## ピンポイント

|  |
| --- |
|  |

## 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

|  |
| --- |
|  |

## ユニークな販売提案(USP)

|  |
| --- |
|  |

## ブランド

|  |
| --- |
|  |

## マーケティングミックス – 4P

### 積

|  |
| --- |
|  |

### 価格

|  |
| --- |
|  |

### 場所

|  |
| --- |
|  |

### 振興

|  |
| --- |
|  |

## マーケティングチャネル

|  |
| --- |
|  |

## 予算

|  |
| --- |
|  |

# 性能基準と測定方法

## 性能基準

|  |
| --- |
|  |

## 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

|  |
| --- |
|  |

# 財務概要

## 業績予想

|  |
| --- |
|  |

## 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

|  |
| --- |
|  |

# 虫垂

## 研究成果

|  |
| --- |
|  |

## 製品仕様と画像

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **免責事項**  Web サイトで Smartsheet が提供する記事、テンプレート、または情報は、参照のみを目的としています。当社は、情報を最新かつ正確に保つよう努めていますが、本ウェブサイトまたは本ウェブサイトに含まれる情報、記事、テンプレート、また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、または可用性について、明示的または黙示的を問わず、いかなる種類の表明または保証も行いません。したがって、お客様がそのような情報に依拠する行為は、お客様ご自身の責任において厳格に行われるものとします。 |