

Markkinointibudjetin laatiminen

Tässä esimerkissä hahmotellaan yksinkertainen viitekehys B2B-markkinoinnin budjetointiin. Oletuksena on kuukausittainen säännöllinen markkinointi, koska asiakkaita/myyntiä on tultava joka kuukausi. Tätä pohjaa soveltamalla voitte laatia budjetin omaan tarpeeseen.

Terveisin Teemu Korpi / Compegra Oy - 0400 971 274 - www.compegra.fi

VUOSI

KUUKAUSI

Myyntitavoite (liikevaihto)

Paljonko on budjetoitu kohdevuodelle?

Keskimääräinen kaupan arvo

Mikä on keskimäärin yhden toteutuneen kaupan arvo?

Tarvittava määrä kauppvoja

Toteutuneita kauppvoja tarvitaan siis näin paljon!

Nykyiset asiakkaat

Kuinka monta kauppaa saadaan nykyisiltä asiakkailta? Siis ketkä ostavat uudestaan?

Uudet asiakkaat

Kuinka paljon uusia asiakkaita tarvitaan, että myyntitavoite täyttyy! Uusi asiakas ostaa kerran.

Nykyisten asiakkaiden aktivointi

Oletetaan, että joka kymmenes kontaktoitu asiakas ostaa.

Yhden kontaktin kustannus

Uusasiakashankinta

Oletetaan, että yksi sadasta kontaktoidusta tulee asiakkaaksi.

Yhden kontaktin kustannus