Etapas de um programa de Marketing Social

1- Introdução

Histórico

Descrição do comportamento atual

Foco

2- Análise da situação

2.1 SWOT

2.2 Revisão da literatura e exame ambiental de programas que se concentrem em ações similares

3-Segmentar o mercado, escolher e descrever o público alvo

4- Objetivos e metas de Marketing

5- Barreiras, Benefícios, Concorrência

6- posicionamento

7- Mix de Marketing

9- Plano de Monitoramento e avaliaçãoo

10- Orçamento

11- Plano de implementação e gestão da Campanha