

Marketing Audit kérdőív

© 2004-2010, Marketing Commando
www.MarketingCommando.hu/profital.php

Cégnév:

Cégvezető neve:

Számlázási cím:

Postai cím (ha más):

Telefon:

Fax:

A cég profilja:

Miből él a cég?

.....

.....

Kitöltés dátuma:

Kitöltési útmutató:

Fontos: Először fúsd végig a kérdőívet, és csak utána töltsd ki.

Kitöltés: kitöltheted kinyomtatás után kézzel, vagy egy üres dokumentumba írdd bele a válaszaidat.

Ez a Marketing Audit kérdőív segít felfedni a cégedben rejlő marketing lehetőségeket és marketing hibákat. A kitöltés és az azt követő (opcionális) elemzés és javaslatok segítenek a cégednek gyorsabban növekedni és nagyobb profitot realizálni.

A Marketing Audit kérdőív a Marketing Commando szellemi tulajdona. Kérlek, hogy ha szeretnéd ajánlani valakinek ezt a kérdőívet, akkor irányítsd őt a honlapunkra: www.MarketingCommando.hu, köszönjük!

Titoktartási nyilatkozat

A Marketing Commando a kitöltött kérdőívben szereplő adatokat a kitöltő írásos engedélye nélkül harmadik személynek nem adja át.

Wolf Gábor
cégvezető
Marketing Commando

(eredeti, aláírt példány a Marketing Commando-nál)

Első Lépés – Hol állunk?

A legtöbb cég, akivel dolgozunk, az alábbi 3 kategória valamelyikébe tartozik:

- 1) Megyeget, de szeretnének erősebben fejlődni, növekedni
- 2) Stagnál a cég, nincs növekedés
- 3) Csökken a cég bevétele vagy profitja

Melyik kategóriába tartozik a céged?

Milyen ütemű növekedés a célod? % vagy Ft

Második lépés: Rejtett Marketing Lehetőségek

Miért jó a vevőknek a cégedtől vásárolnia?

.....
.....
.....

Miben különleges a céged? Miért jó egy vevőnek, hogy cégedtől vásárol és nem pedig a konkurensedtől?

.....
.....
.....

Tudja ezt minden vevő, potenciális vevő és a cég minden alkalmazottja?

.....

Miért nem?

.....

Ez a különlegesség, ez az előny megfelelő hangsúlyt kap céged minden marketing akciójában, minden marketing üzenetében?

.....
.....

Harmadik lépés: Célközönség

Kik a vevőid?

.....
.....

Kor, nem, bevétel?

.....
.....

Hol élnek/hol dolgoznak?

.....
.....

Magánszemélyek / családok / cégek?

.....

Mi jellemző az életstílusukra?

.....

Mi NEM jellemző a célközönségedre?

.....
.....

Mi jellemző az ideális vevődre?

.....
.....
.....

Milyen egyéb terméket vagy szolgáltatást vásárolnak ők?

.....
.....

Milyen egyéb cégnek lehet ugyanilyen típusú ügyfélköre?

.....

Harmadik lépés: Célközönség – folyt.

Mennyit költ cégednél egy átlagos vásárló:

Az első vásárláskor:

Évente:

Egész élete során:

Ezek növelhetők? Hogyan?

.....

.....

.....

Régi ügyfelek

Vezetsz adatbázist a meglévő vevőidről? Igen / Nem

Hány vevő szerepel benne?

Közülük hány aktív? (tehát kevesebb mint 90 napja vásárolt)

Hány régi vásárló nem aktív? (tehát több mint 90 napja nem vásárolt)

Hogyan szerzel információt az alábbiakról:

Régi vevők:

.....

Potenciális vevők:

.....

Jelenleg mit teszel azért, hogy folyamatosan újra eladj régi vevőidnek?

.....

.....

.....

Negyedik lépés: média

Milyen médiára költesz a céged reklámkeretéből?

.....

Melyik média működik a legjobban?

.....

Mit gondolsz, miért?

.....

Mi az, amiről úgy érzed: nem működik?

.....

Miért?

.....

Mi a reklámjaid marketing üzenete, mit kommunikálsz bennük elsősorban?

.....

.....

.....

Ötödik lépés: viszonteladók

(csak akkor töltsd ki, ha viszonteladók is forgalmazzák a termékedet/szolgáltatásodat)

Kik a viszonteladóid, mi jellemző rájuk?

.....
.....

Hogyan szerzel új viszonteladókat?

.....
.....

Hogyan menedzseled a viszonteladókat?

.....
.....

Milyen támogatást kínálsz a viszonteladóidnak, hogy ők ügyesebben értékesíthessék a portékádat a saját vevőiknek?.....

.....
.....

Milyen közös marketing programjaid vannak a viszonteladókkal?

.....
.....

A viszonteladókból származó forgalom mekkora hányadát költöd marketingre?

..... % vagy Ft

Hatodik lépés: értékesítés

(csak akkor töltsd ki, ha direkt értékesítés folyik a cégednél)

Mi az értékesítés folyamata:

Hogyan lép a céged először kapcsolatba egy potenciális vevővel?

.....

Hogyan kvalifikálja az értékesítő a potenciális vevőket még az első megbeszélés előtt?

.....

Milyen taktikával jut el egy értékesítő az első személyes találkozóra?

.....

Átlagosan hány találkozó szükséges az eladáshoz?

.....

Átlagosan 10 potenciális ügyfélből hány válik vásárlóvá?

Mik a leggyakrabban kapott kifogások?

.....

.....

Mik a kifogásokra adott „konzerv” válaszok?.....

.....

.....

.....

Hetedik lépés: árpolitika

Hogyan viszonyulnak az áraid a konkurenciáéhoz?

.....

Milyen árképzési stratégiát alkalmaz a céged?

.....

Mekkora az árrésed?

.....

Hogyan alakult az árrés az elmúlt 5 évben?

.....

Milyen garanciát kínál a céged?

.....

Nyolcadik lépés: tervezés és kivitelezés

Van-e marketing terved?

Ki felelős a terv elkészítéséért?

Ki felelős a terv követéséért, megvalósításáért?.....

.....

Mennyi az éves marketing költség?.....

Ennek a nagy részét mire költöd?

.....

.....

Méred-e a marketinged eredményeit? Hogyan?

.....

Hogyan rendelheted meg a Marketing Audit kiértékelését?

Töltsd ki a következő oldalon található megrendelőt és küldd el faxon a (27) 590 981-es számra.

A megrendelés után faxon vagy email-en el fogjuk kérni a kitöltött Marketing Audit kérdőívet, majd egy telefonos vagy személyes konzultáció során közösen kiértékeljük, valamint javaslatokat kapsz a továbblépéshez.

A Marketing Audit kiértékelő konzultációjának ára
49 000 Ft+áfa, ami előre fizetendő.

A Megrendelő lapot lsd. az utolsó oldalon...

Fax - Megrendelés

Kapja:

Küldi:

Fax: (27) 590 981

Lapok száma:

Tárgy: Marketing Audit megrendelés

Dátum:

Marketing Audit kiértékelő konzultáció megrendelése

Ezúton rendeljük meg a Marketing Audit kiértékelő konzultációját.

Tudomásul vesszük, hogy a kiértékelő konzultáció ára 49 000 Ft+áfa, amely a Marketing Commando tanácsadójának számlája alapján előre fizetendő.

Cégem adatai:

.....
Cégnév

.....
Név olvashatóan

.....
Email

.....
Számlázási cím

.....
Postai cím (ha eltérő)

.....
Elérhetőség (email vagy telefonszám)

.....
Aláírás

ph.