

per aspera ad astra
(superando le difficoltà si arriva alle stelle)

MARKETING AUDIT

moduli operativi di formazione

www.studiomaggiolo.it
info@studiomaggiolo.it
via Mons. D. Comboni, 3 Padova 35136
tel 049-8900499 fax 049-7840339
certificato A.P.C.O. cmc-it 0098-A



studio maggiolo pedini associati
management consulting e formazione dal 1985

marketing audit

Della concorrenza

1. Conosci la politica dei prezzi dei tuoi concorrenti?
2. Conosci l'intensità della promozione dei tuoi concorrenti?
3. Sei a conoscenza dei canali di distribuzione usati dai tuoi concorrenti?
4. Conosci i tuoi concorrenti ed i loro punti deboli?
5. Sei a conoscenza dei tuoi punti deboli nei confronti dei tuoi concorrenti?
6. Conosci le condizioni di vendita dei tuoi concorrenti?
7. Hai compreso i motivi per cui i clienti preferiscono i prodotti dei tuoi concorrenti?
8. Hai compreso i motivi per cui i clienti dovrebbero preferire i tuoi prodotti?
9. Sei a conoscenza delle attività pubblicitarie intraprese dai tuoi concorrenti?
10. Sei a conoscenza delle pratiche di vendita dei tuoi concorrenti?

Dei bisogni

11. Conosci il livello di necessità dei tuoi prodotti?
12. Sei consapevole dei reali bisogni soddisfatti dai prodotti?
13. Hai individuato i motivi che dovrebbero persuadere i clienti ad acquistare i tuoi prodotti?
14. Hai individuato i punti di forza per cui i clienti dovrebbero scegliere i tuoi prodotti invece di quelli della concorrenza?
15. Hai individuato il perché i clienti dovrebbero preferire la tua azienda alla concorrenza?

Dei prezzi

16. Hai preso in considerazione le possibili fluttuazioni di prezzo?
17. Sei a conoscenza delle differenziazioni stagionali dei prezzi?
18. Hai valutato la possibilità di dover ridurre i prezzi dei tuoi prodotti?
19. Il costo del tuo prodotto è conveniente?
20. Hai determinato il livello minimo di sconti?
21. Hai documentato e giustificato i prezzi dei tuoi prodotti?
22. Quando prepari il tuo budget annuale comprendi le spese per eventi promozionali?
23. Sei consapevole che una riduzione di prezzi crea domanda?
24. Hai verificato i tuoi costi di produzione?
25. Hai consultato un esperto di costi aziendali?

Dei venditori

26. Hai fatto una stima della necessaria forza vendita alla copertura ottimale del tuo mercato di riferimento?
27. Compili o fai compilare un rapporto settimanale di vendita?
28. Paragoni tale rapporto settimanale con quello corrispondente degli anni precedenti?

Dei clienti

- 29. Hai individuato il livello di target dove collocare il tuo prodotto?
- 30. Sei consapevole del volume d'affari annuo?
- 31. Conosci l'ammontare di vendita per prodotto?
- 32. Conosci l'ammontare di vendita per zona?
- 33. Effettui dei questionari di indagine sui tuoi clienti?

Delle vendite

- 34. Hai considerato la possibilità di differenziare i tuoi prodotti per renderli più attraenti ai clienti?
- 35. Hai fatto una stima delle azioni di pubblicità richieste?
- 36. Ritieni che le spese di pubblicità rappresentino un investimento?
- 37. Hai intrapreso qualche azione pubblicitaria?
- 38. La tua pubblicità è strutturata per attrarre i valori e le preferenze dei tuoi clienti?
- 39. Hai strutturato le tue brochures, le tue insegne pubblicitarie ecc. in modo tale da trasmettere un messaggio promozionale?
- 40. Verifichi l'efficacia della tua campagna pubblicitaria?
- 41. Tieni in considerazione i punti di vista e le opinioni dei tuoi clienti in merito alla tua campagna pubblicitaria?
- 42. Hai verificato quale meccanismo promozionale è il più efficace per i tuoi prodotti?
- 43. Hai la capacità economica di sostenerlo?
- 44. Hai scelto il momento giusto per le tue promozioni?
- 45. Hai considerato una possibile presentazione di gruppo?
- 46. Hai considerato una presentazione a tutto spiano dei tuoi prodotti?
- 47. Hai studiato il sistema di distribuzione?
- 48. Sei a conoscenza delle fiere relative ai tuoi prodotti?
- 49. Hai valutato il ciclo di vita dei tuoi prodotti?
- 50. Hai considerato la possibilità di effettuare delle offerte speciali?