

MARKETING AUDIT

MARKETING AUDIT è un'analisi strutturata delle attività di marketing e di vendita.
Le aree in analisi sono:

- Situazione del mercato di riferimento
- Prezzo di vendita e struttura dei costi
- Strategia di prodotto
- Pubblicità e promozione
- Struttura distributiva
- Organizzazione commerciale e Management



MARKETING AUDIT aiuta a verificare lo “stato dell’arte” del marketing aziendale, la sua strutturazione operativa e la sua efficacia, in termini di risultati.



MARKETING AUDIT

Un esame preciso, che analizza gli elementi del marketing aziendale, con lo scopo di evidenziare le aree problematiche e le opportunità ancora da sfruttare.

Per definire lo “stato di salute” dell’azienda, attraverso l’analisi degli indicatori di alcune aree strategiche dell’impresa, del mercato e del business.

Compilazione guidata, con il contributo di un management consultant esperto di marketing strategico e operativo, di un questionario composto da 125 domande.

Almeno 2-3 ore di colloquio tra l’imprenditore o il manager ed il management consultant, direttamente in azienda e senza ostacolare il normale svolgimento delle attività quotidiane.

cosa



perché



come



durata



MARKETING AUDIT

Nessun costo da sostenere, da parte dell'azienda, per il **MARKETING AUDIT**. E' previsto un rimborso spese forfettario, calcolato in base alla collocazione geografica del cliente, rispetto alla nostra sede.

Le aree di analisi sono:

- Situazione del mercato di riferimento
- Prezzo di vendita e struttura dei costi
- Strategia di prodotto
- Pubblicità e promozione
- Struttura distributiva
- Organizzazione commerciale e Management

I risultati del **MARKETING AUDIT**, vengono rappresentati in un report esplicativo della realtà aziendale e delle possibilità di sviluppo, con una valutazione personale di Daniele Maggiolo, senior management consultant e fondatore dello Studio Maggiolo Pedini Associati.

costo



aree



risultato finale



MARKETING AUDIT



Ecco 13 ottimi motivi per effettuare **MARKETING AUDIT** con noi.....

- Per disporre di un parere professionale esterno
- Per ottenere una valutazione oggettiva
- Per decidere dove e come investire nelle azioni di marketing
- Per ottenere un preciso check-up della funzione commerciale
- Per capire se la strategia di marketing è migliorabile
- Per valutare se la politica commerciale adottata è migliorabile
- Per valutare se le variabili del marketing-mix sono definite
- Per meglio definire il budget per il marketing
- Per individuare le aree di miglioramento aziendali
- Per sfruttare al meglio i punti di forza aziendali
- Per comprendere e definire la logica impresa - mercato
- Per ottenere il massimo profitto dalla propria azienda
- Per gestire meglio le risorse commerciali



via Mons. D. Comboni, 3 | Padova | 35136
T 049.8900499 | C 328.6241003
<http://www.studiomaggiolo.it>
email:info@studiomaggiolo.it