


Scheda tecnica

	<p>Cod. QMI Check-up marketing mix elements Verifica circa l'esistenza di criticità negli elementi del marketing mix aziendale (product, price, place, promotion)</p>
<p>Tipologia di servizio</p>	<p>consulenza</p>
<p>Modalità di erogazione</p>	<p>a distanza in video-conference live</p>
<p>Lingua</p>	<p>italiana</p>
<p>In cosa consiste</p>	<p>Il check-up permette di condurre delle indagini di tipo qualitativo¹ circa le decisioni intraprese sul marketing aziendale, allo scopo di individuare elementi incompleti o incoerenti che necessitano di correzioni.</p>
<p>Informazioni richieste</p>	<p>L'indagine sul marketing aziendale viene condotta attraverso l'acquisizione di una serie di informazioni sui seguenti aspetti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - prodotto (servizio): qualità, design, branding, imballaggio primario, secondario e terziario, garanzie, servizi, certificazioni, etichettatura; - modalità di determinazione del prezzo; - promozione del prodotto; - tipologia di clienti nel mercato di riferimento/obbiettivo.
<p>Elaborato</p>	<p>In seguito allo sviluppo del check-up aziendale, verranno fornite indicazioni circa le possibili correzioni da apportare al marketing aziendale.</p>
<p>Utilità</p>	<p>Le scelte in termini di prodotto, prezzo, distribuzione e promozione influenzano la capacità del marketing aziendale di incrementare le opportunità commerciali, il buon esito delle trattative e quindi il volume delle vendite. E' necessario pertanto rimuovere eventuali criticità negli elementi del marketing mix aziendale, definendo le opportune azioni correttive.</p>
<p>Tempi di erogazione</p>	<p>Entro 15 giorni lavorativi</p>

N.B.

L'analisi verrà condotta sul prodotto/sui prodotti leader dell'azienda.

Si prega di consultare il documento informativo: "mphim+: un metodo, in un software".

¹L'indagine di tipo qualitativo mira a verificare l'equilibrio logico degli aspetti monitorati e non sviluppa alcuna analisi di tipo numerico.