

## چک لیست ارزیابی بازاریاب

---

برای توزیع یک محصول، ناگزیر به انجام مبادلاتی می باشید. بسیاری از شرکت های کوچک در پاسخگویی به نیروی فروش عظیمشان ناتوان می نمایند. بنابراین همواره بر تلاش خویش می افزایند تا همراه با سایر شرکت ها از بازاریاب های مستقلی که محصولات آنها را با یک مأموریت قراردادی به فروش خواهند رساند استفاده نمایند. چنانچه به انعقاد قرارداد با یک بازاریاب مستقل و غیر وابسته می اندیشید، این چک لیست به شما کمک خواهد کرد تا هر بازاریابی را که در فکر دارید ارزیابی نمایید.

- آیا بازاریاب روشی رقابتی دارد یا مبارزه ای؟
- ساختار مأموریتی بازاریاب چیست؟
- حوزه ی جغرافیایی ای که بایستی پوشش داده شود کدام است؟
- گزارش کلیدی بازاریاب در مورد چه کسی است؟
- بازاریاب چند سال در کار تجارت بوده است؟ آیا بازاریاب توان تهیه ی لیستی از مراجعات خود را دارد؟
- چه نوع حمایت تبلیغاتی ارائه شده است؟
- بازاریاب تا چه اندازه حاضر به ارائه ی گزارشات در مورد فراخوانی فروش می باشد؟
- ظاهر تجاری بازاریاب تا چه اندازه تکراری می باشد؟
- تخصص بازاریاب در چیست؟
- آیا بازاریاب تمام بازارهای پوششی را فهرست نموده است؟
- آیا بازاریاب خریدار را واقعاً می شناسد؟
- چه موقع حق مأموریت پرداخت می شود؟
- چه هنگام حساب های معوقه دریافت می شوند؟

- بازاریاب مجبور به چه نوع کسوراتی در قبال خسارات ناشی از فروش نسبیه ای می باشد؟
- بازاریاب تا زمان رد نگرانی در مورد موضوع بستانکاری از چه حقوقی بهره مند می باشد؟
- چه کاتالوگها و دیگر اسنادی نیاز می باشند؟
- آیا می تواند برای مشاهده ی اینکه مسائل چگونه پیش می روند در جلسات فروش حاضر شود؟
- آیا بازاریاب ها نمونه اجناس را با تخفیف بسیار خریداری خواهند نمود؟
- آیا بازاریاب کالایی را انبار می کند؟