

کاربرگ ارزیابی فعالیت بازاریابی

برای تجزیه و تحلیل میزان موفقیت فعالیت های بازاریابی، معیار های ذیل را در نظر بگیرید :

آمار فروش			
<p>۱. درصد رشد (در مقایسه با قبل و بعد از اجراء برنامه فعالیت بازاریابی) : %</p> <p>۲. این درصد <input type="checkbox"/> کمتر از <input type="checkbox"/> برابر با <input type="checkbox"/> بیشتر از <input type="checkbox"/> پیش بینی مالی بود .</p> <p>۳. فروش بیشتر از <input type="checkbox"/> مشتریان جدید <input type="checkbox"/> مشتریان قدیمی که خرید بیشتر کرده اند <input type="checkbox"/> هر دو <input type="checkbox"/> طریق:</p> <p>۴. دلایل دیگر افزایش درآمد که به تبلیغات مربوط نمی باشند ، مثل شرایط اقتصادی بهتر :</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>			
اهداف بازاریابی			
<p>۱ . اهداف اولیه بازاریابی شرکت خود را دوباره به دقت مرور کنید.</p> <p>۲ . آیا بازاری را که می خواستید در دست دارید؟</p> <p>۳ . آیا این بازار سود آور ترین بازار شرکت شما است؟</p> <p>۴ . آیا سهم بازار خود را افزایش داده اید؟ اگر چنین است، چه مقدار؟</p>			
محتوای تبلیغات			
<p>۱ . آگهی های تبلیغاتی شما چه معنا و مفاهیمی را به عامه مردم منتقل می نمایند؟</p> <p>۲ . آیا آگهی های شما اهداف اصلی تبلیغات (مثل آموزش به مشتری، بهبود تصویر ذهنی از شرکت) را در بر می گیرند؟</p> <p>۳ . آیا بازار هدف شما پیام اصلی آگهی را دریافت و به آن پاسخ خواهد داد ؟</p>			
تنوع ابزار رسانه ای			
<p>۱ . اگر از رسانه های مختلفی برای اطلاع رسانی و تبلیغ استفاده می کنید، کدام یک موفق تر از همه به نظر می رسد؟</p> <p>۲ . آیا مکرراً خود را به مخاطبان خود معرفی می کنید؟</p> <p>۳ . فروش و استعلام هایی را که از طریق رسانه های مختلف بدست می آید را با هم مقایسه نمایید:</p>			
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; text-align: center;">تعداد رسانه</td> <td style="width: 33%; text-align: center;">تعداد استعلام ها</td> <td style="width: 33%; text-align: center;">تعداد فروش</td> </tr> </table>	تعداد رسانه	تعداد استعلام ها	تعداد فروش
تعداد رسانه	تعداد استعلام ها	تعداد فروش	

بررسی نحوه اجرا

۱ . آیا بعد از تهیه و آماده سازی آگهی ها، تحویل آنها به موقع انجام شد؟ اگر نه، چرا؟

۲ . آیا تهیه آگهی ها بر اساس بودجه از پیش تعیین شده صورت پذیرفت؟ اگر نه، چرا؟

۳ . آیا این عملیات زمان زیادی را به خود اختصاص داد و شما را از انجام امورات کاری بازداشت؟

۴ . از این پس آیا :
دوباره خود آن را انجام خواهیم داد، چون با چند و چون کار آشنا شدم
از یک نمایندگی تبلیغاتی کمک بگیرم

ایده های جدید برای

پیشرفت

.....

.....

.....

.....