



tadbirsaz.org



021-26374530



tadbirsaz_research



09915929262

تدبیرساز (ثبت: 34011)

با مجوز وزارت صمت و وزارت ارشاد

مشاوره، پژوهش، نرم افزارهای مدیریت



ایران تزدبیرساز

پرسشنامه تاثیر استراتژی های بازار محوری بر عملکرد شرکت ها

سن :

سمت :

جنسیت: زن مرد

سابقه فعالیت :

میزان تحصیلات :

دیپلم فوق دیپلم لیسانس فوق لیسانس دکتری و بالاتر

لطفا با توجه به وضعیت شرکت خود در هر یک از شاخص های اشاره شده در جدول زیر نمره خیلی خوب تا خیلی ضعیف را علامت بزنید.

خیلی ضعیف	ضعیف	متوسط	خوب	خیلی خوب	نظر شما راجع به هر یک از گویه های زیر چه می باشد	
					مشتری محوری	
					1 تعامل مستقیم با مشتریان به منظور یادگیری چگونگی ارائه خدمات بهتر به آنها	
					2 تجزیه و تحلیل نیازهای مشتریان از طریق مشتریان مستقیم	
					3 اندازه گیری سطح رضایت / نارضایتی مشتریان، حداقل یک بار در سال.	
					4 هدایت استراتژی های نحوه مواجهه با نیازهای متنوع مشتریان توسط اصول بخش بندی بازار	
					5 اندازه گیری مرتب تصور و ذهنیت مشتریان از نام تجاری و یا شرکت	
					6 پاسخگویی سریع به نیازهای جدید مشتریان	
					رقیب محوری	
					7 تجزیه و تحلیل سیستماتیک نقاط قوت و ضعف رقبای مستقیم	
					8 تجزیه و تحلیل سیستماتیک تهدیدات آینده محصولات جایگزین.	
					9 تجزیه و تحلیل بهترین شیوه رقابت به منظور بهبود کیفیت پیشنهادات خود	
					10 پاسخ سریع به اقداماتی که رقا در قبال مشتریان انجام می دهند.	
					هماهنگی بین وظیفه ای	



tadbirsaz.org



021-26374530



tadbirsaz_research



09915929262

تدبیرساز (ثبت: 34011)

با مجوز وزارت صمت و وزارت ارشاد

مشاوره، پژوهش، نرم افزارهای مدیریت



ایران تز تدبیرساز

تشویق به ارتباط مستقیم با مشتریان در تمام سطوح شرکت

11

انتشار اطلاعات بازار (مشتریان، رقبا، توزیع کنندگان، ...) به طور سیستماتیک به همه دپارتمان ها در شرکت

12

صرف زمان توسط کارکنان برای بحث در مورد نیازهای آینده مشتریان با سایر بخش های عملکردی

13

برگزاری جلسات میان گروهی حداقل یک بار در هفته به منظور بحث در مورد روند بازار و تحولات آن

14

قابلیتهای بازار یابی

کمک به بازاریابها برای رسیدن به اهداف عملکردی خود را با ارائه آموزش و کمک های فنی

15

اندازه گیری منظم سطح رضایت / نارضایتی بازاریابها و تصور و ذهنیت آنان از شرکت

16

تجزیه و تحلیل منظم سازگاری استراتژی خود با اهداف بازاریابها

17

ارتباط مستقیم مدیران شرکت با بازار یابها

18

در مقایسه با رقبای مستقیم، در هر یک از زمینه های زیر شرکت خود را چگونه ارزیابی می نمایید؟ (خیلی بدتر = 1، مشابه = 2، خیلی بهتر = 3)

با توجه به وضعیت فعلی، میزان چگونگی عملکرد کلی شرکت نسبت به رقبای مستقیم خود

19

رشد بازده فروش

20

سهم بازار

21

سودآوری

22

موفقیت نوآوری ها

23

رضایت مشتریان

24