

Inventar cunostinte marketing – versiunea 1.0

Axioma Solutions

August 2, 2013



Licenta de utilizare

Prezentul document este oferit de catre Axioma Solutions SRL in termenii licentei
Attribution-ShareAlike 3.0 Unported

You are free:

to **Share** — to copy, distribute and transmit the work

to **Remix** — to adapt the work

to make commercial use of the work



Under the following conditions:



Attribution — You must attribute the work in the manner specified by the author or licensor (but not in any way that suggests that they endorse you or your use of the work).



Share Alike — If you alter, transform, or build upon this work, you may distribute the resulting work only under the same or similar license to this one.

Clarificari

Consideram ca in intelegerea si utilizarea prezentului document sunt utile urmatoarele informatii:

- Termenii produs, serviciu, solutii sunt folositi in acest document in mod interschimbabil
- Inventarul de cunostinte de marketing, desi se aplica intr-un procent de peste 80% in analiza specifica produselor si industriilor orientate catre consumator, a fost testat in ultimii 5 ani pe scenarii preponderent B2B
- Pentru sugestii de imbunatatire, clarificari sau pentru a ne impartasi eperienta voastra in utilizarea instrumentului ne puteti contacta la adresa salesprocess@axioma.ro

Informatii despre Produs

- Care sunt informatiile standard despre produs, povestea produsului, istoric
- Din ce brand face parte, istoria brandului (daca este cazul)
- Care sunt beneficiile comunicate (emotionale si tangibile)
- Care sunt nevoile acoperite / riscurile eliminate de catre produs
- Care sunt scenariile frecvente de utilizare a produsului
- Care sunt punctele de atractie ale produsului
- Care sunt puncte de diferentiere
- Care este structura produsului complet, ce servicii sunt incluse
- Cum se pozitioneaza produsul in acest moment
- Care sunt cele 5 beneficii de top folosite pentru promovare
- Cum ar fi daca produsul ar fi diferit. Functionalitati (+/-), Pret (+/-), Distributie (+/-), Versiuni (+/-)
- Care sunt problemele pe care clientii le raporteaza frecvent

Informatii despre Piata / Segment

- Cine sunt clientii
- Care sunt caracteristicile relevante ale pietei / segmentului
- Cine sunt cumparatorii? De ce cumpara, pentru cine cumpara, cine utilizeaza produsul
- Ce medii frecventeaza cumparatorii: Conferinte, grupuri de discutii, evenimente, asociatii
- De unde se informeaza actorii care participa in procesul de cumparare: ziare, reviste, site-uri, retele sociale
- Unde si cum poate incearca produsul prima oara
- Cat de des cumpara si de unde cumpara acum produse din aceeasi categorie
- Exista preocupari de status / imagine

Perspectiva clientului

- De ce aleg o anumita solutie si nu altceva (nevoi, riscuri, obiective, motive)
- Care este procesul de achizitie al clientului
- Cum consientizeaza nevoile, care sunt factorii de declansare ai procesului de cumparare
- Pentru fiecare nevoie, cum percepe clientul solutia noastra, cum percepe produsul nostru ca varianta viabila
- Cum isi doreste sa „testeze” produsul
- Care sunt motivele pe care clientul le foloseste pentru a justifica achizitia
- Ce zic alti clienti despre produs / categorie de produs pe forumuri, grupuri de discutii, comentarii
- Daca eu as fiu client, ce m-ar determina pe mine să iau produsul
- Cum ar descrie clientul situatia de dinainte de achizitie si situatia de dupa achizitie

Informatii despre Pret

- Care este pretul actual / istoric al produsului
- Ce fel de reduceri se ofera/ care este strategia fata de reduceri
- Care este structura de pret
- Care sunt politicile de pret
- Ce l-ar determina pe un client sa plateasca dublu pretul actual
- Care sunt preturile concurentei pentru produse similare

Informatii specifice Vanzari

- Ce functii au cumparatorii (decidenti, influentatori, beneficiari, utilizatori, sponsori)
- Care sunt obiectiile intalnite / frecventa de aparitie
- Care sunt strategiile de depasire a obiectiilor
- Exista o lista cu cele mai frecvet intalnite obiectii (“culegerea de obiectii”)
- Unde gasim clientii prospecti
- Ce modalitati de generare de leaduri sunt utilizate in acest moment
- Ce materiale de marketing se folosesc in acest moment
- Care sunt beneficiile la care clientii reactioneaza cel mai bine
- Ce apreciaza clientii cel mai mult in legatura cu produsul /firma / omul de vanzari
- Ce materiale de marketing suplimentare ar ajuta in activitatile de vanzare
- Care sunt scenariile de cross-sell / Up-sell

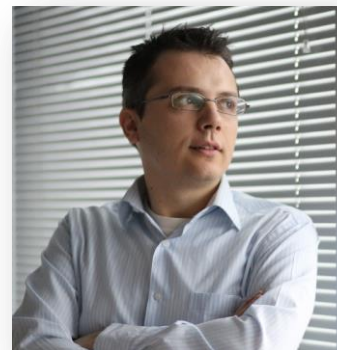
I Informatii despre Competitie

- Cine este concurenta pentru setul de nevoie specifice pietei / segmentului
- In ce fel competitia ofera alternative viabile
- Cum rezolva concret competitia nevoile pe care le adresam cu produsul nostru
- Ce anume din ceea face competitia este apreciat ca fiind de succes in piata
- Ce facem noi mai bine decat competitia si ce face competitia mai bine decat noi
- Care sunt punctele slabe/ de exploatat ale competitiei

Contribuitori



Marian Stirbescu
Managing Partner
Axioma



Allen Nedelcu
Marketing Manager
Pluriva



Ciprian Cucu
Sales & Training Manager
Axioma



Mariana Popa
Marketing Specialist
Axioma