**Audyt działań marketingowych – pytania pomocnicze**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Działania** | **Tak** | **Nie** | **Nie wiem/nie dotyczy** |
| Czy praktyka(gabinet/lecznica/klinika…) posiada zdefiniowaną wizję i/lub misję? |  |  |  |
| Czy misja jest sformułowana w sposób jasny i czytelny? |  |  |  |
| Czy misja jest komunikowana pracownikom? |  |  |  |
| Czy misja jest komunikowana klientom? |  |  |  |
| Czy praktyka posiada własną nazwę, wyróżniającą i łatwą do zapamiętania dla klientów? |  |  |  |
| Czy praktyka posiada unikalne logo? |  |  |  |
| Czy wszelkie materiały informacyjne (katalog, ulotka, wizytówki) mają spójną szatę graficzną? |  |  |  |
| Czy praktyka korzysta z badań marketingowych? |  |  |  |
| Czy praktyka prowadzi sama/zleca badania marketingowe? |  |  |  |
| Czy analizuje się zmiany w otoczeniu społeczno-demograficznym? |  |  |  |
| Czy analizuje się zmiany w otoczeniu prawno-gospodarczym? |  |  |  |
| Czy praktyka wie jaką zajmuje pozycję względem konkurentów? |  |  |  |
| Czy wiadomo, jakie działania marketingowe podejmują konkurenci? |  |  |  |
| Czy cele marketingowe są sformułowane jasno i pozwalają na pomiar wyników? |  |  |  |
| Czy kierownictwo opracowało jasną strategię marketingową umożliwiającą realizację celów marketingowych? |  |  |  |
| Czy praktyka ma jasno zdefiniowane grupy docelowe klientów? |  |  |  |
| Czy zostały opracowane dokładne profile (pogłębione informacje) na temat każdego segmentu rynku docelowego? |  |  |  |
| Czy istnieje istotny i ważny z punktu widzenia klientów wyróżnik praktyki na tle konkurentów? |  |  |  |
| Czy różnicuje się pozycjonowanie(wyróżnianie się) i marketing mix dla każdego z segmentów docelowych? |  |  |  |
| Czy zasoby są optymalnie rozdzielone między główne elementy działań marketingowych? |  |  |  |
| Czy na realizację celów marketingowych przyznaje się wystarczające fundusze? |  |  |  |
| Czy w praktyce znajduje się osoba odpowiedzialna za działania marketingowe? |  |  |  |
| Czy istnieje system kontroli realizacji planów działań marketingowych? |  |  |  |
| Czy w praktyce wprowadza się nowe produkty/usługi w ciągu roku? |  |  |  |
| Czy przeprowadza się analizę rentowności usług? |  |  |  |
| Czy praktyka prowadzi działania informacyjne w mediach społecznościowych i internecie? |  |  |  |
| Czy praktyka ma swoją stronę internetową? |  |  |  |
| Czy praktyka ma konto/konta w mediach społecznościowych? |  |  |  |
| Czy prowadzi się komunikację z klientami za pomocą email/sms/telefon?? |  |  |  |
| Czy praktyka pozyskuje rekomendacje od klientów? |  |  |  |
| Czy praktyka prowadzi monitoring mediów społecznościowych? |  |  |  |