**Как поживает Ваш бизнес?**

**Тест самодиагностики бизнеса**

**Вопросы для самодиагностики**

**87 вопросов**, на которые Вам необходимо дать взвешенный, продуманный и обоснованный ответ. Будьте предельно откровенны с самим собой, ибо лишь Вы один знаете подлинные ответы на эти вопросы, а также ту долю прибыли, которую эти ответы в настоящее время Вам обеспечивают.

1) Сколько различных методов и приемов продаж Вы в настоящее время используете?\_\_\_\_\_ Один (1 балл) \_\_\_\_\_ От двух до четырех (2 балла) \_\_\_\_\_ Пять и более (3 балла)

2) Какое количество новых для Вас приемов и методов продаж Вы опробовали за последние 12 месяцев?\_\_\_\_\_ Ни одного (0) \_\_\_\_\_ Один (1) \_\_\_\_\_ От двух до четырех (2) \_\_\_\_\_ Пять и более (4)

3) Известны ли Вам факторы, которые порождены всей совокупностью Ваших отношений с внешним миром и влияют на рост количества Ваших клиентов и на продажи всех товаров (товарных линий), которые имеются в Вашем распоряжении? Если да, то сколько таких факторов Вы знаете?\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Несколько (1) \_\_\_\_\_ Большинство (2) \_\_\_\_\_ Все (4)

4) Сколько у Вас имеется систем обеспечения притока новых клиентов за счет рекомендации Вас и Вашего бизнеса теми, кто уже имел с Вами дело? Причем систем, которым следуют Ваши сотрудники по работе с клиентами?\_\_\_\_\_ Ни одной (0) \_\_\_\_\_ Одна (1) \_\_\_\_\_ От двух до пяти (2) \_\_\_\_\_ Шесть и более (4)

5) В каком направлении развивается Ваша маркетинговая работа – в тактическом или стратегическом?\_\_\_\_\_ Тактическом (0) \_\_\_\_\_ Стратегическом (2)

6) Имеется ли у Вашего бизнеса мощная Уникальная Торговая Позиция (УТП), которая прекрасно известна на Вашем целевом рынке, и благодаря которой Ваши потенциальные клиенты идентифицируют именно Вас и Ваш товар (услугу) как наиболее предпочтительное решение их проблемы?\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

7) Знаете ли Вы: а) сколько товаров (услуг) покупает у Вас в среднем каждый клиент, и б) почему в итоге они перестают у Вас покупать?\_\_\_\_\_ Не знаю ни того, ни другого (0) \_\_\_\_\_ Знаю один из пунктов (1) \_\_\_\_\_ Да, знаю и то, и другое (3)

8) Есть ли у Вас разработанные программы, планы мероприятий и прочие меры, направленные на то, чтобы максимально снижать количество клиентов, переставших проявлять покупательскую активность?\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

9) Есть ли у Вас исчерпывающая база данных по Вашим потенциальным и действительным клиентам, содержащая все необходимые сведения о каждом из них, в частности: имена и фамилии, контактную информацию, типы сделок, какие из Ваших товаров они уже купили, что они еще не купили, по каким каналам они к Вам пришли, количество и сумма последнего заказа и пр.?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Частичные данные (1) \_\_\_\_\_ Да, полные данные (3)

10) Используете ли Вы все перечисленные данные для специальной работы с различными категориями потенциальных/действительных клиентов, причем различными способами и в отношении различных продаваемых Вами товаров или услуг?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (3)

11) Знаете ли Вы точно и достоверно – откуда (по каким каналам, источникам и пр.) к Вам приходит все (или, по крайней мере, основное) имеющиеся количество клиентов и прибыли, а также знаете ли Вы точно и достоверно, каким образом Вы можете эффективно побуждать как можно большее количество потребителей из этих источников покупать у Вас?\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

12) Известно ли Вам, в чем заключаются основные возможности глобального расширения Вашего бизнеса, где они находятся и каким образом их реализовать?\_\_\_\_\_ Нет(0) \_\_\_\_\_ Да (2)

13) Составляют ли новые клиенты, приходящие к Вам по рекомендациям Ваших довольных клиентов, как минимум 25% от всего количества Ваших покупателей?\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

14) Возрастает или уменьшается количество таких клиентов в Вашем бизнесе от месяца к месяцу?\_\_\_\_\_ Уменьшается (0) \_\_\_\_\_ Возрастает (2)

15) Имеется ли в Вашем распоряжении четко организованная и работающая система сбора клиентских отзывов и историй успеха, достигнутых благодаря Вашему товару(услуге)?\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

16) Если да, то каким количеством клиентских отзывов и историй успеха Вы располагаете?

\_\_\_\_\_ 1-5 (1) \_\_\_\_\_ 6-10 (2) \_\_\_\_\_ 11-20 (3) \_\_\_\_\_ 21 и более (4)

17) Используете ли Вы эффективным образом эти клиентские отзывы и истории во всей своей маркетинговой работе, рекламных материалах и в других направлениях, направленных на обеспечение продаж?\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Иногда (1) \_\_\_\_\_ Конечно, постоянно (3)

18) Располагаете ли Вы рекомендациями, полученными от уважаемых людей, работающих на том же рынке, что и Вы, и обладающих высокой репутацией?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

19) Какое количество подобных рекомендаций имеется в Вашем распоряжении?\_\_\_\_\_ Ни одной (0) \_\_\_\_\_ 1-3 (1) \_\_\_\_\_ 4-9 (2) \_\_\_\_\_ 10 и более (3)

20) Имеется ли у Вас четко отработанная программа постоянного накопления подобных рекомендаций со стороны известных людей и реализуется ли она на практике?\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

21) Заключены ли у Вас стратегические альянсы (партнерские соглашения) с другими успешными предпринимателями и компаниями, которые обладают большим потенциалом прибыльности и которые на самом деле работают и приносят Вам результат?\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

22) Если да, то сколько таких альянсов (партнеров) в настоящее время работает на пользу Вашего бизнеса?

\_\_\_\_\_ Один (1) \_\_\_\_\_ 2-5 (2) \_\_\_\_\_ 6-9 (3) \_\_\_\_\_ 10 и более (4)

23) Пополняете ли Вы свой маркетинговый портфель различными материалами, не носящими прямой рекламный характер (например, статьями, другими публикациями как Вашими, так и других людей) на ежеквартальной основе?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

24) Если да, то сколько подобных материалов (в среднем) Вы добавляйте каждый квартал?

\_\_\_\_\_ 1 (1) \_\_\_\_\_ 2-3 (2) \_\_\_\_\_ 4-9 (3) \_\_\_\_\_ 10 и более (4)

25) Осуществляете ли Вы на регулярной основе тестирование различных элементов Ваших рекламных материалов (например, Заголовков рекламных текстов, вводных предложений на презентациях, различных элементов телефонных, текстов, речей на встречах и пр.)?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да(2)

26) Если да, то какое количество заголовков (или других элементов, о которых только что говорилось) Вы протестировали за последние 12 месяцев?

\_\_\_\_\_ 1 (1) \_\_\_\_\_ 2-9 (2) \_\_\_\_\_ 10-20 (3) \_\_\_\_\_ 21 и более (4)

27) Имеется ли у Вас отработанная система сопровождения, с помощью которой Вы постоянно напоминаете о себе и побуждаете к действию всех потенциальных и действительных клиентов, которых Вам удается приобрести?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

28) Как регулярно Вы осуществляете сопровождение своих потенциальных и действительных клиентов по телефону, электронной почте, факсу или на личной основе?

\_\_\_\_\_ Никогда (0) \_\_\_\_\_ Раз в 6 месяцев (1) \_\_\_\_\_ Раз в квартал (2)\_\_\_\_\_ Гораздо чаще (3)

29) Известно ли Вам точно, в какую сумму Вам обходится привлечение нового покупателя, и если да, то вкладываете ли Вы регулярно нужную сумму в свою маркетинговую деятельность из расчета на количество новых клиентов, которое нужно обеспечить?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

30) Имеется ли у Вас отлаженная система дополнительных продаж, то есть предлагаете ли Вы имеющимся у Вас клиентам приобрести и другие свои товары (либо Вы постоянно вводите новые товары в цикл продаж и предлагаете их имеющимся клиентам)?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

31) Если да, то какое количество товаров Вы предлагаете имеющимся клиентам дополнительно?

\_\_\_\_\_ 1-2 (1) \_\_\_\_\_ 3-9 (2) \_\_\_\_\_ 10 и более (3)

32) Как часто Вы сосредотачиваете большее количество своего времени и усилий на маркетинговой работе и управлении бизнесом?

\_\_\_\_\_ Никогда (0) \_\_\_\_\_ Раз в 6 месяцев (1) \_\_\_\_\_ Раз в квартал (2) \_\_\_\_\_ Чаще (3)

33) Верите ли Вы в утверждение Питера Друкера о том, что «единственное, приносящие Вам клиентов и прибыль – это маркетинг и инновации, а все остальное влечет лишь расходы»?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

34) Используете ли Вы в своей работе переложение риска с плеч потребителя на свои плечи в качестве инструмента обеспечения продаж и получения конкурентных преимуществ?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

35) Если да, то сколько способов подобного «переложения рисков» Вы опробовали в своей практике?

\_\_\_\_\_ Ни одного (0) \_\_\_\_\_ 1 (1) \_\_\_\_\_ 2-4 (2) \_\_\_\_\_ 5 и более (3)

36) Какие из важнейших элементов коммерческого предложения Вы тестируете на постоянной основе?

\_\_\_\_\_ Ничего не тестирую (0) \_\_\_\_\_ Только заголовки (1) \_\_\_\_\_ Заголовки и непосредственно предложение (ассортимент, цена, условия) (2) \_\_\_\_\_ Заголовки, предложение и инструменты переложения рисков (гарантии) (3)

37) Используете ли Вы различные бонусы (как материальные, так и нематериальные) в качестве инструмента стимулирования немедленного покупательского решения?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

38) Какой результат приносят Вам Ваши тесты с точки зрения повышения прибыльности Вашего бизнеса?\_\_\_\_\_ Менее 10% улучшения (1) \_\_\_\_\_ 11-30% (2) \_\_\_\_\_ 31-50% (3) \_\_\_\_\_ 51-99% (4) \_\_\_\_\_ 100% (удвоение доходов) и более (5)

39) Используете ли Вы в своей маркетинговой работе возможности PR (средства массовой информации, личные связи, а также интервью в газетах, журналах, по радио и пр.)?\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

40) Используете ли Вы эти материалы полностью или частично в своей рекламной деятельности?\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

41) Пишите ли вы статьи, доклады и книги для использования их в качестве инструмента позиционирования и продвижения?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

42) Имеется ли в Вашем распоряжении список наиболее перспективных представителей Вашей целевой аудитории (список их адресов – e-mail или обычной почты и других данных)?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

43) Известен ли Вам показатель окупаемости тех затрат, которые Вы производите на привлечение новых клиентов (иными словами, сколько в среднем прибыли приносит каждый клиент за вычетом расходов на его привлечение и удержание)?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

44) Имеется ли у Вас отлаженная система постоянного пополнения списка наиболее перспективных клиентов ( их e-mail-адресов, обычных почтовых адресов и других данных) новыми лицами?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

45) Как часто Вы рассылаете своим потенциальным и действительным клиентам качественные e-mail-письма, которые приносят им ощутимую выгоду?

\_\_\_\_\_ Никогда (0) \_\_\_\_\_ Нерегулярно (1) \_\_\_\_\_ Раз в квартал (2) \_\_\_\_\_ Ежемесячно и чаще (3)

46) Являются ли эти письма на самом деле полезными и ценными для Вашей аудитории, а не просто направленными на удовлетворение сугубо Ваших нужд?\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

47) Имеется ли у Вас сайт, оформленный в соответствии с принципами прямого маркетинга (прямого отклика)?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

48) Выполняете ли Вы эффективную (то есть приносящую видимые и ощутимые результаты) поисковую оптимизацию Ваших сайтов для привлечения большего количества потенциальных и действительных клиентов, а также партнеров?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

49) Имеется ли у Вас отлаженная и работающая система, с помощью которой Вы извлекаете не один, а несколько потоков прибыли в собственном бизнесе? Если да, то сколько потоков прибыли Вы извлекаете?

\_\_\_\_\_ 2 (1) \_\_\_\_\_ 3-5 (2) \_\_\_\_\_ 6-8 (3) \_\_\_\_\_ 9 и более (4)

50) Имеется ли в Вашем распоряжении список потенциальных перспективных партнеров, которые способны принести Вам дополнительную прибыль в случае заключения с ними партнерских соглашений (альянсов)?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

51) Если да, то какое количество перспективных потенциальных партнеров находится в этом списке (включая всю необходимую контактную информацию каждого из партнеров)?

\_\_\_\_\_ 1-5 (1) \_\_\_\_\_ 6-10 (2) \_\_\_\_\_ 11-20 (3) \_\_\_\_\_ 21-50 (4) \_\_\_\_\_ 51 и более (5)

52) Проходите ли Вы, а так же те из Ваших сотрудников, кто работает с клиентами, регулярные тренинги и другую обучающую работу в области повышения эффективности продаж?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

53) Если да, то с какой регулярностью Вы сами и Ваши сотрудники проходят различные обучающие программы в этом важном для повышения прибыльности направлении?

\_\_\_\_\_ Один раз и более никогда (0) \_\_\_\_\_ Раз в год и реже (1) \_\_\_\_\_ Раз в полгода

(2) \_\_\_\_\_ Ежемесячно (3)

54) Какое количество конкурентных преимуществ Вы разработали и внедрили в собственный бизнес?

\_\_\_\_\_ Ни одного (0) \_\_\_\_\_ Одно (1) \_\_\_\_\_ 2-5 (2) \_\_\_\_\_ 6 и более (3)

55) Имеются ли у Вас отработанные приемы превращения потенциальных клиентов в действительных, что приносит Вам прибыль, в том числе и за счет дополнительных продаж?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

56) Если да, то сколько различных приемов Вы используете в своей работе?

\_\_\_\_\_ Один (1) \_\_\_\_\_ 2-3 (2) \_\_\_\_\_ 4 и более (3)

57) Занимаетесь ли Вы регулярным обучением и повышением уровня знаний Ваших потенциальных и действительных клиентов?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

58) Какое количество подписанных листов (список потенциальных клиентов) Вы используете для максимально качественного таргетинга Ваших потребителей?

\_\_\_\_\_ Ни одного (0) \_\_\_\_\_ Один (1) \_\_\_\_\_ 2-5 (2) \_\_\_\_\_ 6-10 (3) \_\_\_\_\_ 11 и более (4)

59) Вы уверены в том, что Ваша маркетинговая работа делает Ваши коммерческие предложения непреодолимыми для потребителя?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

60) Если нет, то сколько различных способов и приемов Вы можете использовать прямо сейчас, чтобы повысить эффективность своих коммерческих предложений и значительно улучшить результативность своих рекламных материалов?

\_\_\_\_\_ Один (1) \_\_\_\_\_ 2-5 (2) \_\_\_\_\_ 6-10 (3) \_\_\_\_\_ Больше десяти (4)

61) Сколько дополнительных товаров (для обеспечения моментальных дополнительных продаж – upsell) Вы в настоящее время добавляете в свои коммерческие предложения (имеются в виду не только Ваши товары, но и товары других предпринимателей, на продажах которых Вы зарабатываете комиссионные)?

\_\_\_\_\_ Ни одного (0) \_\_\_\_\_ Один (1) \_\_\_\_\_ 2-5 (2) \_\_\_\_\_ 6 и более (3)

62) Предлагаете ли Вы каждому своему покупателю более качественные и функциональные товары для того, чтобы максимально увеличить сумму покупки?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

63) Если нет, то какое количество возможностей у Вас имеется для того, чтобы начать делать это прямо сейчас?

\_\_\_\_\_ Ни одной (0) \_\_\_\_\_ Одна (1) \_\_\_\_\_ 2-5 (2) \_\_\_\_\_ 6 и более (3)

64) Осуществляете ли Вы партнерство с другими предпринимателями, в рамках которого предлагаете их товары и услуги своим потенциальным и действительным клиентам?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

65) Проводите ли Вы специальные мероприятия, такие как семинары, собеседования со своими сотрудниками, а также другими предпринимателями, презентации своих новых товаров, встречи с производителями и пр.?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

66) Занимаетесь ли Вы этичной (но эффективной) подготовкой своих потенциальных клиентов к первой покупке у Вас с целью побудить их возвращаться к Вам в дальнейшем и покупать у Вас снова и снова?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

67) Разговариваете ли и общаетесь ли ЛИЧНО ВЫ с потенциальными и действительными клиентами на регулярной основе для того, чтобы узнать и лучше понять, чего они от Вас хотят и каким образом можно строить с ними более тесные и доверительные взаимоотношения?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

68) Покупаете ли Вы на регулярной основе товары Ваших конкурентов, чтобы изучить их и выяснить, что собой представляет эта продукция и что Ваши конкуренты делают для покупателей такого, чего не делаете Вы?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

69) Существуют, по меньшей мере, 15-30 различных ключевых моментов, с помощью реализации которых Вы можете существенно улучшить собственный бизнес, повысить его эффективность и прибыльность. Какое количество этих моментов Вы можете насчитать?

\_\_\_\_\_ Ни одного (0) \_\_\_\_\_ 1-5 (1) \_\_\_\_\_ 6-10 (2) \_\_\_\_\_ 11-20 (3) \_\_\_\_\_ Более 20 (4)

70) Есть ли у Вас подробный письменный план, в котором изложена Ваша маркетинговая стратегия и те конкретные шаги, которые нужно воплощать в Вашем бизнесе, с указанием сроков? И следуете ли Вы постоянно этому плану?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

71) Если да, то отслеживаете ли Вы результаты выполнения данного плана, оцениваете ли их, заменяете ли неэффективные элементы эффективными, пересматриваете ли активы и пр.?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Иногда (1) \_\_\_\_\_ Да, регулярно (2)

72) Имеется ли в Вашем распоряжении разработанная стратегия и тактика e-mail- маркетинга для Вашего бизнеса, которой Вы постоянно следуете?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

73) Изучаете ли Вы различные приемы и методы работы, которые с успехом применяют другие предприниматели, и которые могли бы успешно использоваться и Вами?\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

74) Если да, то занимаетесь ли Вы на регулярной основе (как минимум – раз в квартал) внедрением и тестированием данных подходов и приемов, чтобы выяснить, какой результат они приносят Вам и не являются ли более эффективными, чем те, которые Вы в настоящий момент используете?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

75) На чем сфокусирован весь Ваш маркетинг и все приемы обеспечения продаж и работы с клиентами – на характеристиках, описании и возможностях Вашего товара или на выгодах, которые благодаря ему получают потребители?

\_\_\_\_\_ На характеристиках товара (1) \_\_\_\_\_ На выгодах потребителя (2)

76) Знаете ли Вы пять главных причин, по которым потенциальные клиенты не делают у Вас покупок?

\_\_\_\_\_ Нет (0)\_\_\_\_\_ Да (2)

77) Имеется ли у Вас эффективный и результативный способ борьбы с данными причинами и преодоления клиентских возражений, основанных на них?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

78) Можете ли Вы четко сформулировать идеологию Вашего бизнеса и изложить ее в пределах одного короткого абзаца текста?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

79) Известен ли Вам полный список всех активов (как материальных, так и нематериальных), которые можно с большой пользой и эффектом задействовать в Вашем бизнесе?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

80) Известны ли Вам все те активы и возможности и возможности, которые приносят Вам прибыль, знаете ли Вы их настолько четко и полно, что можете приступить к улучшению и повышению эффективности каждой из них?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

81) Как часто Вы осуществляете затраты внушительного количества времени, сил, средств и других ресурсов на ро, чтобы повышать качество и результативность Вашего маркетинга, Ваших продаж и т.п. с целью повышения прибыльности и

эффективности Вашего бизнеса в целом?

\_\_\_\_\_ Никогда (0) \_\_\_\_\_ Раз в год (1) \_\_\_\_\_ Дважды в год (2) \_\_\_\_\_ Постоянно (3)

82) Какое количество из известных трех способов развития модели собственного бизнеса, а также из 32 генераторов прибыли Вы в настоящее время используете с своей работе?

\_\_\_\_\_ Ни одного (0) \_\_\_\_\_ Несколько (1) \_\_\_\_\_ Примерно треть (2) \_\_\_\_\_

Большинство (3)

83) Применяете ли Вы должным образом «стратегию предзнаменитости» во всей своей маркетинговой работе, в работе с клиентами и в деятельности по обеспечению продаж?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Иногда (1) \_\_\_\_\_ Да, постоянно (2)

84) Знаете ли Вы, а так же можете ли четко и внятно сформулировать самую большую маркетинговую проблему Вашего бизнеса?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

85) Известна ли Вам самая мощная и эффективная из пока что не разработанных Вами возможностей Вашего бизнеса, и можете ли Вы четко и ясно ее сформулировать?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

86) Знаете ли Вы, какие стороны маркетинговой работы в Вашем бизнесе являются слабыми (например, работа с потенциальными клиентами, обеспечение продаж, обеспечение информационного сопровождения клиентов и пр.)?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

87) Можете ли Вы четко сформулировать основное и самое перспективное направление развития Вашего бизнеса и повышения его прибыльности?

\_\_\_\_\_ Нет (0) \_\_\_\_\_ Да (2)

**Ключ расшифровки результатов теста**

Итак, Вы продуманно и взвешено ответили на все приведенные выше вопросы. Теперь пришло время интерпретировать результаты нашего теста и выяснить, что значат для Вас и Вашего бизнеса те галочки, которые Вы понаставили в ходе тестирования.

Естественно, перед тем как приступать к интерпретации результатов, подсчитайте общее количество набранных Вами баллов. Как только Вы завершили эту процедуру, сверьтесь с тем, что написано ниже и выясните, на какой стадии и в каком состоянии находится Ваш маркетинг и Ваш бизнес в целом.

**Итак…**

а) Если сумма набранных Вами баллов равняется 59 или является еще меньшей, это

говорит только об одном – Ваш маркетинг безобразно слабый, а Ваш бизнес работает, чуть ли не на холостом ходу. Если Вы всерьез займетесь повышением уровня Вашей маркетинговой работы,рост прибыльности и эффективности Вашего бизнеса, безусловно, гарантирован. На данный же момент Вы используете потенциал прибыльности своего бизнеса не более чем на 15% от возможных достижений и показателей. Соответственно, Ваш доход составляет не более 15% того дохода, который Вы можете без труда извлекать, если как следует, поработаете над повышением эффективности своей маркетинговой работы.

б) Если сумма набранных Вами баллов находится в пределах от 60 до 193 – Ваша

маркетинговая работа выполняется на достойном уровне, скажем так, «выше среднего», но в целом Ваш бизнес имеет огромный потенциал повешения эффективности и прибыльности. Лучшее понимание и применение в Вашей практике, имеющихся у Вас маркетинговых и других возможностей, позволит без каких бы то ни было проблем повысить эффективность Вашего бизнеса на 80% и более!

в) Если сумма, набранная Вами баллов, равна цифре 193 или превышает ее – примите мои самые искренние поздравления! Вы – очень грамотный, профессиональный и просто великолепный маркетолог и по праву можете этим гордиться! Но вот весьма ироничный

парадокс: именно потому, что Вы прекрасно разбираетесь в маркетинге и тех возможностях, которые имеются у Вашего бизнеса – именно по этой причине Ваш бизнес имеет практически неограниченные перспективы роста и повышения прибыльности (даже в геометрической прогрессии). Все, что Вам нужно сделать для этого – поднять свою работу на качественно новый уровень, на более высокий уровень, и Вы, несомненно, знаете, как это сделать. Но в любом случае – я очень горжусь Вами, если Вам удалось добиться показанного тестом результата уже на сегодняшний день!