**ANEXO I – Cuestionario Empresas Participantes**

**Curso: <Cómo Implementar la Estrategia de Marca en un entorno Onmicanal>**

Ciudad Real, <día/s> de <mes> de <año>

<lugar y hora>

*IMPORTANTE: La información de este documento será tratada de forma confidencial por Cámara de Comercio de Ciudad Real y la consultora encargada de realizar la formación, y será utilizada para adaptar el contenido del programa a las necesidades reales de las empresas participantes.*

1. Nombre de la empresa:
2. Sector de Actividad:
3. Producto/s o línea de producto/s:
4. Cargo que ocupa la persona responsable de desarrollar:
	1. La marca:
	2. El producto:
	3. Estrategia de Comunicación y comercialización:
5. Indicar el número de marcas con las que opera la empresa, el nombre de cada una de ellas y si están registradas a nivel nacional y/o internacional.
6. Indicar:
7. El número de referencias en el portfolio de producto:
8. Cómo está organizado el mismo:

(Seleccionar según corresponda)

* 1. Tipología de producto
	2. Submarcas o familias de producto
	3. Canal de distribución
	4. Otros

*Adjuntar pdf del portfolio si es posible.*

1. ¿Tiene la empresa elaborado un Plan de Marketing? En caso afirmativo:
	1. ¿Con que periodicidad se realiza (anual, bianual, trianual, etc)?
	2. ¿Qué contenido tiene?

(seleccionar según corresponda)

* + 1. Objetivos de ventas y de rentabilidad
		2. Desglose de las ventas y rentabilidad por: Producto regular, productos promocionales y nuevos lanzamientos
		3. Inversión en publicidad y promociones
		4. Campaña de comunicación
		5. Apoyo en punto de venta
		6. Otros
	1. ¿Hay una cuenta de resultados asociada al plan de marketing?
	2. ¿Qué proceso se sigue a la hora de diseñar, ejecutar y evaluar el Plan de Marketing?
	3. ¿Qué personas de la empresa intervienen en este proceso?
1. Indicar en qué canales de distribución comercializa la empresa sus productos.

 (Seleccionar según corresponda)

* 1. Gran distribución
	2. Tradicional
	3. Restauración
	4. Exportación
	5. Otros
1. ¿Qué gestión hace la empresa de sus productos para introducirlos y dinamizarlos en el canal? Gestión del precio, planificación de los pedidos, promociones y nuevos lanzamientos, implementaciones en el punto de venta, seguimiento de las ventas, monitorización de la evolución del cliente,...
2. ¿Se han desarrollado planes de acción para cada uno de los canales? En caso afirmativo, indicar:
	1. El contenido que suele tener:

(seleccionar según corresponda)

* 1. Objetivos de ventas y rentabilidad por canal.
	2. Desglose de las ventas y rentabilidad por zona geográfica.
	3. Desglose de las ventas y rentabilidad por cliente.
	4. Las ventas y rentabilidad por canal, zona geográfica y cliente se desglosan por producto
	5. Plan de acción para cada cliente: surtido de producto, nuevas referencias, actividad promocional, apoyo en punto de venta,…
	6. ¿Hay una cuenta de resultados por canal?
	7. Persona/s de la Empresa que intervienen:
1. ¿Se alinea el plan de marketing con el plan de canales? Es decir, ¿se utiliza el plan de marketing para poder trabajar los planes de canales?
2. ¿Con qué problemáticas se encuentra el equipo técnico de la empresa a la hora de implementar los planes de acción marcados por la organización?
3. ¿A qué preguntas os gustaría tener respuestas después de asistir a la formación?