

- 1. Se dă enunțul : “Piața țintă va fi reprezentată de către părinți, ai căror copii au vârste cuprinse între 1-14 ani, din municipiul Iași, cu un venit mediu lunar net per capita mai mare de 2.800 lei”.**

1.1. Definiția pieței țintă este una operațională.

Sigur DA	Probabil DA	Probabil NU	Sigur NU	Nu mă pot pronunța
----------	-------------	-------------	----------	--------------------

1.2. Piața țintă ar trebui să facă referire fie la copii, fie la părinți. Nu pot exista ambele referințe în aceeași definiție.

Sigur DA	Probabil DA	Probabil NU	Sigur NU	Nu mă pot pronunța
----------	-------------	-------------	----------	--------------------

- 2. “Media prețurilor practicate de societatea Tip-Top detailing este de 812.5 RON /autoturism. Numărul anual mediu de autovehicule ce au vizitat concurentul principal este de 249. Deci, volumul total de vânzări este de 202.312,5 RON/an.”**

2.1. 202.312,5 este o estimare corectă a indicatorului volum de vânzări la nivelul pieței;

Sigur DA	Probabil DA	Probabil NU	Sigur NU	Nu mă pot pronunța
----------	-------------	-------------	----------	--------------------

2.2. Indicatorii globali ai pieței se calculează, de regulă, la nivel de trimestru (sezon).

Sigur DA	Probabil DA	Probabil NU	Sigur NU	Nu mă pot pronunța
----------	-------------	-------------	----------	--------------------

- 3. “Descrierea procesului decizional de cumpărare presupune o analiză a celor 5 etape.. ”**

3.1. Procesul decizional de cumpărare se înscrie în cadrul conceptului mai larg, intitulat, comportamentul cumpărătorului.

Sigur DA	Probabil DA	Probabil NU	Sigur NU	Nu mă pot pronunța
----------	-------------	-------------	----------	--------------------

3.2. Afirmția “caracteristicile identificate ca fiind importante pentru client sunt: prețul și timpul de așteptare” este specifică etapei 3 a acestui proces.

Sigur DA	Probabil DA	Probabil NU	Sigur NU	Nu mă pot pronunța
----------	-------------	-------------	----------	--------------------

- 4. (...)**

4.1. Codul unic de înregistrare este o combinație de 8 cifre oferită la înființare de către Oficiul Registrului Comerțului.

Sigur DA	Probabil DA	Probabil NU	Sigur NU	Nu mă pot pronunța
----------	-------------	-------------	----------	--------------------

4.2. “Relația bună client-prestator” poate fi considerată un exemplu de punct tare al unei firme ?

Sigur DA	Probabil DA	Probabil NU	Sigur NU	Nu mă pot pronunța
----------	-------------	-------------	----------	--------------------

- 5. (...)**

5.1. “Participarea unei firme din domeniul IT la târguri și expoziții de profil”, reprezintă pentru aceasta o oportunitate generată din macromediu?

Sigur DA	Probabil DA	Probabil NU	Sigur NU	Nu mă pot pronunța
----------	-------------	-------------	----------	--------------------

5.2. “Apariția unor noi concurenți puternici pe piață”, reprezintă pentru o firmă, o amenințare generată din macromediu?

Sigur DA	Probabil DA	Probabil NU	Sigur NU	Nu mă pot pronunța
----------	-------------	-------------	----------	--------------------

6. În urma analizei, s-a decis că piața țintă/segmentul rămâne aceeași/același.

6.1. În urma analizei procesului de cumpărare se pot identifica segmente de piață diferite.

Sigur DA Probabil DA Probabil NU Sigur NU Nu mă pot pronunța

6.2. Atunci când identifiți segmente de piață diferite, este recomandabil să îi focalizezi efortul de marketing pe unul dintre ele.

Sigur DA Probabil DA Probabil NU Sigur NU Nu mă pot pronunța

7. “Analizând informațiile din primele capitole, am ajuns la concluzi că piața spălătorilor auto este în creștere, iar competiția în ramură, relativ slabă, astfel că, viziunea pe care eu doresc să o implementez...”

7.1. Cel mai probabil, va fi una DIVE.

Sigur DA Probabil DA Probabil NU Sigur NU Nu mă pot pronunța

7.2. Va fi, foarte probabil, una de tip BUILD.

Sigur DA Probabil DA Probabil NU Sigur NU Nu mă pot pronunța

8. Sunt corecte definițiile de avantaj competițional de mai jos ?

8.1. “Oferirea de produse și servicii la cele mai mici prețuri sau la cel mai înalt nivel calitativ.”

Sigur DA Probabil DA Probabil NU Sigur NU Nu mă pot pronunța

8.2. „Dominarea unui segment specific de piață, cuprinzând un grup specific de cumpărători.”

Sigur DA Probabil DA Probabil NU Sigur NU Nu mă pot pronunța

9. „Misiunea afacerii noastre este de a oferi clienților noștri servicii de cea mai bună calitate.”

9.1. Definiția de mai sus spune clar cine sunt clienții afacerii.

Sigur DA Probabil DA Probabil NU Sigur NU Nu mă pot pronunța

9.2. Definiția de mai sus spune clar care este avantajul competițional al firmei prestatoare.

Sigur DA Probabil DA Probabil NU Sigur NU Nu mă pot pronunța

10. „Fidelizarea primilor 10 clienți ai fiecărei luni, care cumpără produse de la noi, prin oferirea unui cupon cu o reducere de 50% dintr-un produs viitor cumpărat în aceeași lună.”

10.1. Definiția de mai sus respectă principiul: “când precizezi obiectivul de marketing, specifică, în aceeași propoziție și strategia de atingere a acestuia”.

Sigur DA Probabil DA Probabil NU Sigur NU Nu mă pot pronunța

10.2. Oferirea de cupoane, ca în exemplul de mai sus, reprezintă o strategie de preț.

Sigur DA Probabil DA Probabil NU Sigur NU Nu mă pot pronunța

11. (...)

11.1. „Conform viziunii de marketing, în politica de prețuri este necesar a fi reflectat costul investiției inițiale.”

Sigur DA Probabil DA Probabil NU Sigur NU Nu mă pot pronunța

11.2. „Prețurile produselor/serviciilor noastre se va situa cu 8-10% sub prețurile medii ale concurenței” este o decizie specifică strategiei de raportare la prețul pieței.

Sigur DA Probabil DA Probabil NU Sigur NU Nu mă pot pronunța

12. (...)

12.1. "Ca administrator nu voi avea salariu.". Dacă va pune în practică această afirmație, administraorul respectiv riscă să fie sancționat pentru "munca la negru".

Sigur DA Probabil DA Probabil NU Sigur NU Nu mă pot pronunța

12.2. Specificația postului poate face referire la studii, aptitudini, abilități ale persoanei ce urmează să îl ocupe.

Sigur DA Probabil DA Probabil NU Sigur NU Nu mă pot pronunța

13. (...)

13.1. "Rezultatele vizate" din planul operațional fac referire și la obiectivele generale ale planului de marketing.

Sigur DA Probabil DA Probabil NU Sigur NU Nu mă pot pronunța

13.2. În coloana "Resursele implicate" din planul operațional se poate regăsi menționat și administratorul firmei?

Sigur DA Probabil DA Probabil NU Sigur NU Nu mă pot pronunța

14. (...)

14.1. În capitolul "anexe" al planului de afaceri, se recomandă evitarea inserării de „print-screen”-uri.

Sigur DA Probabil DA Probabil NU Sigur NU Nu mă pot pronunța

14.2. Eventuale oferte de preț care permit fundamentarea bugetului, se recomandă a fi inserate în anexele planului de afaceri.

Sigur DA Probabil DA Probabil NU Sigur NU Nu mă pot pronunța