



Internanalys

Denna analys eller "egenintervju" kan vara en god investering, då svaren kan ligga till grund för annat material inom företaget men även i marknadsföringssyfte.

Beskrivning

- Vilka är ni
- Vad gör ni
- Var föddes idén
- Vem kläckte idén
- Var beslutet gemensamt
- Varför gör ni det ni gör
- Vad driver er
- Vad är ert mål
- Vart vill ni
- När är ni nöjda
- Vem är den generelle /vanligaste kunden
- Vem är drömkunden
- Vem är mardrömskunden

Organisation

- Hur ser organisationen ut
- Varför
- Vilka är ni, var och en
- Fattas det kompetens
- Är ni nöjda med bemanningen

Vision

- Vilka är era viktigaste produkter/tjänster
- Vilka produkter/tjänster kommer ni aldrig att erbjuda



- Vilka kunder ratar ni
- Vad gör affärer med ert varumärke unikt
- Hur skulle era kunder beskriva ert varumärke
- Var vill ni (företaget) befinna er om 5 år
- Affärsidén formulerat i en mening

Mission

- Vilka specifika marknadsbehov ska er verksamhet tillgodose
- Vad gör ni för att möta dessa behov
- Vad är viktigt för kunden
- Vilka vägledande principer styr företagets taktik
- Varför köper kunderna av er och inte av konkurrenterna
- Företagets motto

Väsentliga egenskaper

- Vilka känslor lockar upplevelsen av era produkter/tjänster hos kunderna
- Om varumärket var en person, hur skulle denne beskrivas

Personlighet

- Är ni lättsamma, roliga, lekfulla
- Är ni allvarliga och uteslutande affärsfokuserade
- Vad kännetecknar er i övrigt
- Identitetsbeskrivning

Positionering & värden

- Vilka talar ni med/till (målgrupp, demografi, kundprofil)
- Till vilka marknadssegment vänder sig era produkter/tjänster
- Vilka löften ger ert varumärke (både rationella och känslomässiga)
- Vad skiljer era produkter/tjänster från konkurrenterna



- Bryr sig kunderna om skillnaden
- Företagets kärnvärde
- Uttryck och språklig gestaltning
- Information, kommunikation, interaktion

Övriga frågeställningar

- Är er behovsanalys och presentation generell eller anpassad efter varje unik kund
- Har du aktuell konkurrentjämförelse och vad säger den i så fall
- Känner du till kundens krav och önskemål och vilka är de
- Har du koll på de vanligaste invändningarna och hur du besvarar dem
- Hur framställer du ditt/ert engagemang och din passion
- Hur får du kunden att uppleva/känna dina idéer
- Vilka kanaler använder du för att presentera företaget och varför
- Vad är framgång för dig
- Vad är viktigt i dina affärsrelationer
- Hur kommunicerar du dina mål och visioner externt och internt
- Kan dina samarbeten vara gränsöverskridande, vad är du öppen för
- Vilka kunder vill du locka/ha
- Hur ser din "resurs - önskelista" ut
- Vilka kostnader är gynnsamma för företaget
- Vilken/vilka är företaget viktigaste resurs/er
- Vilken historia om företaget vill du berätta; hur, varför, vem, vad, när
- U.S.P, fem stycken

Om du vill att vi skriver analysen/intervjun åt dig, hör av dig så fixar vi det, mot offert. info@calibri.se