



Richiesta Dati per l'elaborazione Progetto

Compilare in stampatello leggibile

Ragione sociale	
Anno di Fondazione	
Sede	Indirizzo :..... CapCitta'Prov..... TelFax.....
Ufficio a cui inviare comunicazione	Indirizzo :..... CapCitta'Prov..... TelFax.....
Referente Commerciale	Nome :.....Cognome..... Indirizzo Mail..... TelFax.....Cell.....

A) DATI SULL'IMPRESA RICHIEDENTE

A 1) Dimensione azienda

- Numero dipendenti
 - Meno di 15
 - Da 15 a 49
 - Da 50 a 249
 - Oltre 250

A 2) Attività svolte dall'azienda (internamente o con l'ausilio di terze parti):

Attività	Interne	Esterne
Consulenza Aziendale (Piani Marketing)		
Organizzazione (Congressi e Meeting, Fiere, ecc)		
Presentazione Aziendale (Immagine Coordinata, Brochure, ecc)		
Figure Professionali (coreografo, Scenografo, Stylist, ecc)		
Campagne Pubblicitarie		
Web Master		
Lavorazioni su tessuto (stampa, tintura, finissaggio, ecc.)		
Distribuzione		
Servizi (Fotomodella, Hostess, Promoter, Ragazze Immagini)		
Altro:		
Altro:		
Altro:		

A 3) Tipologie di mercati geografici serviti (con x indica l' Area)

Area	X
Nell'ambito del distretto	
In ambito regionale	
In ambito nazionale	
In ambito internazionale	

A 4) Modalità di accesso al mercato finale (diretto oppure con rete di distributori)

- Diretta
- Attraverso rete di distributori

B) La gestione dei processi aziendali ed interaziendali

Questa sezione serve ad identificare le modalità con cui attualmente l'azienda interagisce con i propri partner commerciali (clienti, fornitori, terzisti, ecc.) nelle attività prima, durante e post ordine, in termini di documentazione scambiata ed oneri per l'impresa.

B1) Tipologia e numero di documenti scambiati mediamente

Tipo di Documento	Modalità trasmissione dell'informazione				
	Diretta, a mano	Via posta, corriere, fax	Via telefono	Via posta elettronica	Via altri mezzi informatici
Ordini					
Fatture					
Flyers					
Brochure					
Cataloghi					
Altro (specificare)					

B 2) Modalità in cui vengono gestiti gli archivi storici della documentazione

- o Non vengono gestiti archivi
- o Vengono gestiti archivi cartacei
- o Vengono gestiti archivi elettronici
- o Vengono gestiti archivi elettronici accessibili via web dai clienti
- o Altro (specificare):

B 3) Aspetti logistici

- Trasporto
 - o Mezzi propri
 - o Mezzi terzi/rete distributiva

C) Investimenti

Questa sezione serve ad identificare l'attuale grado di utilizzo e propensione dell'azienda nei confronti della comunicazione.

C 1) Investimenti medi nell'ultimo triennio (indica con una %)

Attività	2006	2007	2008
Campagne Pubblicitarie			
Organizzazione (Congressi - Meeting, Fiere, ecc)			
Innovazioni di processo			
Innovazioni di prodotto			
Introduzione sistemi di qualità			
Miglioramento condizioni di lavoro			
Servizi (Fotomodel, Hostess, Promoter, Ragazze Immagini)			
Altro:			

C 2) Possibili Progetti di integrazione

Descrizione progetto

.....
.....
.....
.....

C 3) Zone di Espansione

.....
.....
.....
.....
.....
.....

D) Informazioni sull' orientamento aziendale

D 1) Genere Musicale (SBARRA CON UNA X)

CLASSICA	DANCE	ROCK	ETNICA	METAL
MODERNA	OPERA/LIRICA	CHILLOUT	JAZZ	RAP
COUNTRY	POP	BLUES	HOUSE	PUNK

D 2) Colori preferiti (SBARRA CON UNA X)

Colori di Base

	black		green
	silver		lime
	gray		olive
	white		yellow
	maroon		navy
	red		blue
	purple		teal
	fuchsia		aqua

- (SBARRA CON UNA X LA PREVALENZA PREFERITA)

- Colori a prevalenza Rossa
- Colori di prevalenza Verde
- Colori di prevalenza Blu

D 3) Location Preferita (SBARRA CON UNA X)

NATURA	MODERNA
ANTICA	LUSSUOSA

ALTRO _____

D 4) Quali sono i principali punti di forza della azienda?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Design | <input type="checkbox"/> Qualità |
| <input type="checkbox"/> Rapporto qualità / prezzo | <input type="checkbox"/> Tecnologia |
| <input type="checkbox"/> Immagine / Brand | <input type="checkbox"/> Varietà gamma |
| <input type="checkbox"/> Altri (specificare) _____ | |

D 5) Quali sono i punti deboli della azienda?

D 6) Chi sono i nostri clienti referenziali e perchè sono entusiasti di noi?

5. PROFILO COMMERCIALE

Dove vende i prodotti della sua azienda?

AREA GEOGRAFICA	0-15%	15-40%	40-60%	60-100%
Italia				
Europa				
Asia				
Usa e Canada				
America Latina				
Mediterraneo				
Medio Oriente				

Da dove acquista le materie prime per la sua azienda?

AREA GEOGRAFICA	0-15%	15-40%	40-60%	60-100%
Italia				
Europa				
Asia				
Usa e Canada				
America Latina				
Mediterraneo				
Medio Oriente				

Come la sua azienda è tradizionalmente presente sui mercati esteri?

- Sede locale (produttiva)
- Joint venture (produttiva)
- Agente
- Cessione di licenza
- Franchising

- Sede locale (commerciale)
- Joint venture (commerciale)
- Rappresentante / Distributore
- Grande distribuzione
- Altri (specificare) _____

