

ANALIZA SWOT

MOCNE STRONY

SŁABE STRONY

WEWNĘTRZNE

ZEWNĘTRZNE

SZANSE

ZAGROŻENIA

PYTANIA/BIZNES

NA CZYM ZARABIASZ? /CORE TWOJEGO BIZNESU

OKREŚL STOPIEŃ WYKORZYSTANIA SWOJEGO POTENCJAŁU BIZNESOWEGO

OKREŚL STOPIEŃ SATYSFAKCJI Z RELACJI WYSIŁEK-WYNAGRODZENIE

Z CZYM SIĘ MIERZYSZ? CO JEST TWOIM NAJWIĘKSZYM
PROBLEMEM BIZNESOWYM?

CZY TWOJA MARKA JEST ROZPOZNAWALNA?

OKREŚL W KTÓRYM MIEJSCU KATEGORII JESTEŚ? W SKALI 1-10

WYMIEN SWOJE GŁÓWNE PRODUKTY/USŁUGI

PYTANIA/BIZNES

UMIESZ 1 ZDANIEM OKREŚLIĆ, CZYM SIĘ ZAJMUJESZ?

WYMIENŃ SWOICH GŁÓWNYCH KONKURENTÓW

JEŚLI MIAŁEŚ/MIAŁAŚ PLAN NA 2019 ROK - PODAJ % JEGO REALIZACJI

WYMIENŃ SWOJE SUKCESY 2019 ROKU

JAK MYŚLISZ, CO SIĘ PRZYCZYNIŁO DO ICH OSIĄGNIĘCIA?

WYMIENŃ SWOJE PORAŻKI W 2019 ROKU/ CZEGO NIE ZREALIZOWAŁEŚ/AŚ?

JAK MYŚLISZ, DLACZEGO?

PYTANIA/MARKA

OKREŚL WARTOŚCI TWOJEJ MARKI

JAKA JEST MISJA TWOJEJ MARKI?

W JAKI SPOSÓB TWOJA MARKA ZMIENI ŚWIAT ODBIORCY?

JAKIE 3 RZECZY WPISZESZ DO SWOJEGO DNA?

ZNASZ OPINIĘ O SWOJEJ MARCE?

CZY WIESZ CO ODRÓŻNIA CIĘ OD TWOICH KONKURENTÓW?

CZY MASZ CLAIM/HASŁO POZYCJONUJĄCE?

PYTANIA/KOMUNIKACJA

CZY MASZ USTALONE DLUGOFALOWE CELE KOMUNIKACJI?

CZY MASZ OKREŚLONE KRÓTKOFALOWE CELE KOMUNIKACJI?

WYMIENŃ KANAŁY KOMUNIKACJI Z ODBIORCAMI:

CZY KOMUNIKACJA W POSZCZEGÓLNYCH KANAŁACH JEST SPÓJNA?

CZY KOMUNIKUJESZ REGULARNIE?

CZY POPRZEZ TWOJE KANAŁY KOMUNIKACJI ODBIORCA MA JASNOŚĆ
TEGO, CZYM SIĘ ZAJMUJESZ?

CZY MASZ JASNĄ, PRZEJRZYSTĄ OFERTĘ?

PYTANIA/IDENTYFIKACJA WIZUALNA

OCEŃ SPÓJNOŚĆ WIZUALNĄ WE WSZYSTKICH SWOICH KANAŁACH
KOMUNIKACJI

JAKIE SĄ KOLORY TWOJEJ MARKI?

CZY MASZ LOGO?

CZY IDENTYFIKACJA WIZUALNA JEST ODZWIERCIEDLENIEM STRATEGII
MARKI?

CZEGO BRAKUJE WIZUALNEJ STRONIE TWOJEJ MARKI?