

**Percorso di consulenza 2A.11.7
RAPPORTO TECNICO
POST CHECK UP**

VISITA AZIENDALE n. _____

Nome OC.....

CUAA dell'Impresa agricola.....

Visita aziendale svolta in data odierna ___/___/___ Entrata in azienda alle ore _____

1 La base informativa evidenziata nel check up ha permesso di focalizzare l'attenzione sul/sui seguente/i intervento/i che si ritiene/ritengono idoneo/i al superamento delle criticità o allo sviluppo delle opportunità da sviluppare:

Da compilare in occasione della 1^ visita Post Check up elencando gli interventi e descrivendoli sinteticamente. L'attenzione va rivolta in particolare agli interventi che il consulente ritiene necessari per poter strutturare al meglio la strategia di marketing e comunicazione relativamente all'attività di agriturismo/enoturismo.

2 Durante la visita, è stata valutata con l'imprenditore la possibilità di adottare una strategia di marketing e comunicazione, ai fine di renderla efficace ed efficiente grazie anche all'individuazione di nuovi percorsi di promozione:

2.1 si

Da compilare in occasione della 1^ visita Post Check up: Descrizione sintetica della strategia, evidenziandone gli obiettivi, i target, le politiche di posizionamento nel mercato del prodotto/servizio che si vuole promuovere, politiche del branding canali e strumenti di vendita,.....

2.2 no, è stata valutata nella precedente visita

3 Durante la visita viene consegnata e discussa la proposta di Piano di marketing e di comunicazione:

3.1 si

3.2 no, verrà consegnata nella visita successiva

4 Sono state spiegate all'imprenditore le possibili prospettive di sviluppo in relazione al piano di marketing e di comunicazione presentato?

4.1 si

La descrizione deve essere sintetica ma chiara per l'imprenditore; il consulente presenta all'imprenditore i potenziali obiettivi di sviluppo aziendale dal punto di vista finanziario (profitti, ROI, margini) e gli obiettivi di marketing (quota di mercato che potenzialmente potrebbe essere conquistata, aumento dei volumi delle vendite, aumento della soddisfazione dei clienti, ecc).

4.2 no, verrà spiegata nella visita successiva

COMPLETAMENTO DELL'ATTIVITA'

5. Come attività conclusiva, a seguito della presentazione, discussione e consegna del Piano di marketing e di comunicazione, l'imprenditore valuta gli interventi:

5.1 Realizzabili nel

- 5.1.1 breve periodo (entro 6 mesi)
- 5.1.2 medio periodo (da 6 a 18 mesi)
- 5.1.3 lungo periodo (oltre 18 mesi)

5.2 In grado di incidere sulla sua redditività:

- 5.2.1 poco
- 5.2.2 sufficiente
- 5.2.3 molto

5.3 In grado di aumentare le quote di mercato:

- 5.3.1 poco
- 5.3.2 sufficiente
- 5.3.3 molto

5.4 In grado di orientare a nuovi percorsi di promozione:

- 5.4.1 poco
- 5.4.2 sufficiente
- 5.4.3 molto

6. Considerazioni finali dell'imprenditore in relazione alla prestazione della consulenza:

luogo....., data ____/____/____ ORARIO USCITA: _____

cognome e nome del consulente.....

firma

cognome e nome dell'imprenditore

firma