

**Percorso di consulenza 2B.7.1  
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.*

**2 Durante la visita, è stata valutata con l'imprenditore la possibilità di adottare una strategia di marketing e comunicazione, ai fini di pianificarne e programmarne la realizzazione:**

**2.1  si**

*Da compilare in occasione della 1^ visita Post Check Up: Descrizione sintetica delle possibili strategie, evidenziandone gli obiettivi, i target, 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 ad un appropriato 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 i potenziali 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, no, verrà spiegata nella visita successiva

**COMPLETAMENTO DELLA CONSULENZA**

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 al mercato:

- 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 .....