

ANEXA 1 - Măsurarea gradului de maturitate/SCORECARD al procesului de colaborare în promovarea produselor Tymbarck al alianței dintre S.C. EKO-MP S.R.L și INTEREX - PARTEA GROSIST (SC EKO-MP SRL)

Domeniul MANAGEMENTUL CERERII	Subprocese (Puncte)	Activități	Ponderea activității în subproces	Ierarhizarea analitică a proceselor (AHP – Analytical Hierarchy Process)	Gradul de maturitate					Scor ponderat (Puncte)
					1	2	3	4	5	
					0	25%	50%	75%	100%	
Procesul 1.3. Optimizarea promovărilor	1.3.1 Planificarea promovărilor (40)	1.3.1.01 Planificarea campaniilor publicitare pentru produse	400	16				X		12
		1.3.1.02 Realizarea campaniilor publicitare pentru produse	400	16				X		12
		1.3.1.05 Monitorizarea eficacității campaniilor publicitare pentru produse	200	8				X		6
		Subtotal	1000	40						30
	1.3.2 Executarea promovărilor (30)	1.3.2.01 Planificarea programelor de promovare către consumatori	200	6			X			3
		1.3.2.02 Dezvoltarea materialelor promoționale	200	6		X				1,5
		1.3.2.03 Realizarea programelor de promovare	200	6			X			3
		1.3.2.04 Sponsorizarea de evenimente	200	6			X			3
		1.3.2.07 Administrarea promovărilor	100	3				X		2,25
		1.3.2.08 Monitorizarea promovărilor către consumator	100	3				X		2,25

		Subtotal	1000	30						15
TOTAL	1.3.3 Evaluarea promovărilor (30)	1.3.3.01 Negocierea și acordul asupra ofertelor comerciale speciale	300	9				X		6,75
		1.3.3.02 Planificarea și executarea evenimentelor privind ofertele speciale	300	9				X		6,75
		1.3.3.03 Administrarea ofertelor comerciale speciale	300	9				X		6,75
		1.3.3.04 Monitorizarea eficacității ofertelor comerciale speciale	100	3				X		2,25
		Subtotal	1000	30						22,5
	100			100						67,5

© Profesor Virgil POPA Ph. D

ANEXA 2 - Măsurarea gradului de maturitate/SCORECARD al procesului de promovare al alianței dintre SC EKO-MP SRL și INTEREX -

Domeniul MANAGEMENTUL CERERII Procesul	Subprocese (Puncte)	Activități	Ierarhia activității în subproces	Ierarhizarea analitică a proceselor (AHP – Analytical Hierarchy Process))	SCORECARD/ Grad de maturitate					Scor ponderat (Puncte)
					1	2	3	4	5	
					0	25%	50%	75%	100%	
1.3. Optimizarea promovărilor	1.3.1 Planificarea promovărilor (40)	1.3.1.01 Planificarea campaniilor publicitare pentru produse	250	10				X		7,5
		1.3.1.02 Realizarea campaniilor publicitare pentru produse	250	10			X			5
		1.3.1.03 Planificarea campaniilor publicitare pentru activitatea de desfacere	150	6			X			1,5
		1.3.1.04 Realizarea campaniilor publicitare pentru activitatea de desfacere	150	6		X				1,5
		1.3.1.05 Monitorizarea eficacității campaniilor publicitare pentru produse	100	4		X				2
		1.3.1.06 Monitorizarea eficacității campaniilor publicitare pentru activitatea de desfacere	100	4			X			2
		Subtotal	1000	40						19,5
	1.3.2 Executarea promovărilor (30)	1.3.2.01 Planificarea programelor de promovare către consumatori	250	7,5			X			3,75
		1.3.2.02 Dezvoltarea materialelor promoționale	200	6		X				1,5
		1.3.2.03 Realizarea	200	6		X				1,5

		programelor de promovare							
		1.3.2.05 Planificarea evenimentelor promoționale în magazine	100	3			X		1,5
		1.3.2.06 Realizarea evenimentelor promoționale în magazine	100	3		X			0,75
		1.3.2.07 Administrarea promovărilor	100	3			X		1,5
		1.3.2.08 Monitorizarea promovărilor către consumator	50	1,5		X			0,375
		Subtotal	1000	30					10,875
	1.3.3 Evaluarea promovărilor	1.3.3.01 Negocierea și acordul asupra ofertelor comerciale speciale	400	12				X	9
	(30)	1.3.3.02 Planificarea și executarea evenimentelor privind ofertele speciale	400	12				X	9
		1.3.3.03 Administrarea ofertelor comerciale speciale	200	6			X		3
		Subtotal	1000	30					21
TOTAL	100			100					51,375

© Profesor Virgil POPA Ph. D

ANEXA 3 - Măsurarea gradului de maturitate/SCORECARD al procesului de promovare al alianței dintre EKO și INTEREX.

ACTIVITĂȚILE ÎN COMUN - EKO - INTEREX

Domeniul MANAGEMENTUL CERERII Procesul	Subprocese (Puncte)	Activități	Ierarhia activității în subproces	Ierarhizarea analitică a proceselor (AHP – Analytical Hierarchy Process))	SCORECARD/ Grad de maturitate					Scor ponderat (Puncte)
					1	2	3	4	5	
					0	25%	50%	75%	100%	
1.3. Optimizarea promovărilor	1.3.1 Planificarea promovărilor (40)	1.3.1.01 Planificarea campaniilor publicitare pentru produse	250	10			X			5
		1.3.1.02 Realizarea campaniilor publicitare pentru produse	250	10			X			5
		1.3.1.03 Planificarea campaniilor publicitare pentru activitatea de desfacere	150	6		X				1,5
		1.3.1.04 Realizarea campaniilor publicitare pentru activitatea de desfacere	150	6		X				1,5
		1.3.1.05 Monitorizarea eficacității campaniilor publicitare pentru produse	100	4			X			2
		1.3.1.06 Monitorizarea eficacității campaniilor publicitare pentru activitatea de desfacere	100	4			X			2
		Total	1000	40						17
	1.3.2 Executarea promovărilor	1.3.2.01 Planificarea programelor de promovare către consumatori	250	7,5			X			3,75

	(30)	1.3.2.02 Dezvoltarea materialelor promoționale	200	6		X				1,5	
		1.3.2.03 Realizarea programelor de promovare	200	6				X		4,5	
		1.3.2.05 Planificarea evenimentelor promoționale în magazine	100	3			X			1,5	
		1.3.2.06 Realizarea evenimentelor promoționale în magazine	100	3		X				0,75	
		1.3.2.07 Administrarea promovărilor	100	3			X			1,5	
		1.3.2.08 Monitorizarea promovărilor către consumator	50	1,5			X			0,75	
		Total	1000	30						14,25	
	1.3.3 Evaluarea promovărilor	(30)	1.3.3.01 Negocierea și acordul asupra ofertelor comerciale speciale	400	12				X		9
			1.3.3.02 Planificarea și executarea evenimentelor privind ofertele speciale	400	12			X			6
			1.3.3.03 Administrarea ofertelor comerciale speciale	200	6				X		4,5
TOTAL	100	Subtotal	1000	30						19,5	
				100						50,75	