

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 | |