

CRITERII DE EVALUARE TARG

1. CEL MAI BUN CATALOG

Denumire firma, slogan, sigla, prezentare firma, prezentare echipa, organigrama	Cuprins Numar pagini Date de contact	Prezentarea produselor/ serviciilor Structurare pe categorii, formular de comanda, lista de preturi Coduri Preturi Oferta speciala	Folosirea eficienta a spatiului fara compromiter ea esteticii, accesibilitate , utilitate	Limbaj clar Gramatica si ortografie corecta	Culori, calitatea imaginilor, creativitate, manufacturare, originalitatecor elarea cu obiectul de activitate	Design exceptional,bine executat Catalog cu aspect deosebit
---	--	---	---	--	--	--

2. CELE MAI BUNE MATERIALE PROMOTIONALE

Denumire Firma Motto Sigla Date de contact	Originale, atractive, contin culorile firmei	Calitatea si cantitatea materialelor suficienta Materialele publicitare sunt de diferite forme	Prezentare produse, Pret, cod Oferta speciala	Informatiile sunt suficiente, detaliate si convingatoare	Imagini clare, Utilizarea eficienta a spatiului Design deosebit	Creativitate Manufacturare	Materiale cu aspect deosebit
---	--	---	--	--	--	-------------------------------	------------------------------

3. CEL MAI BUN SPOT PUBLICITAR

Nume firma, sigla, slogan corelate cu obiectul de activitate	Captarea atentiei, stimularea interesului, prezentarea in rezumat a ofertei, evidentierea beneficiului oferit, specificarea clientelei vizate	Text concis, cu impact rapid, cuvinte scurte/ fraze scurte, usor de citit, cat mai putine semen de punctuatie	Tema Sloganul Obiective Durata Fond muzical	Calitatea imaginii/ Sunet/ Efecte Autenticitate Scenariu/ Regie	Impact
--	---	---	---	---	--------

4. CEL MAI BUN STAND

Elemente de identificare ale firmei Nume, sigla, moto, obiect de activitate, date de contact	Materialele folosite, aranjamentul coloristic al standului ofera crearea unei imagini cat mai favorabile, impresioneaza vizitatorii	Calitatea imaginilor Folosirea eficienta a spatiului si resurselor Originalitate, Creativitate, Standul atrage atentia	Materiale promotionale calitative si cantitative, diferite forme, concepute realizate de elevi(Catalog, pliante, fluturasi, carti de vizita, calendare, pixuri, mostre produse, machete) Oferta speciala	Personalul la stand cunoaste produsele, eficient Informatiile sunt suficiente detaliate, convingatoare Utilizarea mijloacelor audio-video,	Comportamen tul echipei, Tinuta Ospitalitate Curatenie Spatiu de negociere
---	---	--	---	--	--

5. CEL MAI BUN VANZATOR

Salut puternic, Exprimare cursiva, Grad de convingere	Prezentarea firmei, Tinuta, Limbaj de specialitate	Cunoasterea produselor, informatii complete, raspunde la intrebari, gaseste produsele in catalog	Prelucrarea documentelor corect Factura, Ordin de plata, Borderou	Abilitatea de a perfecta vanzarea, Abilitati de negociere	Comunicarea in echipa, Comportament dupa vanzare
---	--	--	---	---	--

6. CEA MAI BUNA PAGINA WEB

Numele firmei, logo, motto, date de contact, noutati, situare geografica, obiect de activitate	Prezentarea firmei, echipei, organigramă, galerie foto, chestionar online/Carte oaspeti/Forum	Oferta de produse, Romana Lb straina, Lista de preturi, Oferta promotional/ speciala	Cumparari on-line. Identificarea clara a ofertantului nume, cod fiscal, persoana de contact, adresa, Formular comanda	Grafica, Complexitate, Originalitate Elemente de navigare si cele grafice pe aceeasi pagina	Navigare Elemente clare,explicite, ghd al site-ului, pag se incarca rapid, se revine usor la pag de inceput Camp de navigare disponibil, vizibil
--	---	--	---	---	--

7. CEA MAI BUNA AFACERE

Prezentarea firmei si a produsului. Denumire, sediu social, obiect de activitate. Prezentarea echipei.. Prezentarea produsului/serviciului (caracteristici,utilitate). Caracterul de noutate al produsului/serviciului.	Orientarea catre satisfacerea la un nivel ridicat a nevoilor beneficiarilor produselor/serviciilor. Imbunatatirea calitatii produselor/serviciilor. Diversificarea gamei sortimentale. Asigurarea de consultanta in alegerea produsului/serviciului. Interesului pentru etica in afaceri (win-win).	Administrarea eficienta a afacerii. Stabilirea obiectivelor de atins (cifra de afaceri , profit). Identificarea surselor de finantare. Incadrarea cheltuielilor in veniturile obtinute. Urmarirea atingerii rezultatelor scontate. Numair vanzari/valoare vanzare. Numar achizitii/valoare achizitii.	Calitatea procesului de marketing. Existenta planului de marketing. Cercetarea pietei (studii de piata). Campanii de promovare. Materiale promotional ecare starnesc interesul.	Sincronizarea si sprijinirea reciproca a membrilor echipei. Angrenarea tuturor membrilor echipei. Ajutorul reciproc intre membrii echipei. Corelarea actiunilor fiecaruia pentru indeplinirea obiectivului comun. Orientarea spre rezolvarea problemelor.
--	--	--	---	--

8. CEA MAIBUNA MASCOTA

Cunoasterea obiectului de activitate..	Prezentarea princomunicare orala a elementelor de vestimentatie reprezentative.	Promovarea firmei prin evidentierea punctelor tari.	Sa argumenteze semnificativ logo-ul si numele firmei.	Permisivitatea in ceea ce priveste atitudinea fata de posibilul client.
--	---	---	---	---