

Marketing mix 7P – przeanalizuj swoją ofertę

Uzupełnij każdy obszar na podstawie aktualnej sytuacji firmy. Nie opisuj tego, jak oferta powinna działać – zapisz, jak działa obecnie i co wymaga decyzji.

P1 Product

Jaką wartość otrzymuje klient i jaki problem rozwiązuje Twoja oferta?

DO POPRAWY / DECYZJA

P2 Price

Czy cena odpowiada wartości oferty, jej pozycjonowaniu i celom biznesowym?

DO POPRAWY / DECYZJA

P3 Place

Czy klient może znaleźć, kupić i otrzymać ofertę w wygodny dla siebie sposób?

DO POPRAWY / DECYZJA

P4 Promotion

Czy komunikacja jasno pokazuje wartość oferty i odpowiada temu, co klient faktycznie otrzymuje?

DO POPRAWY / DECYZJA

P5 People

Czy kompetencje i sposób działania zespołu wspierają obietnicę oraz pozycjonowanie marki?

DO POPRAWY / DECYZJA

P6 Process

Czy droga od zainteresowania ofertą do zakupu i obsługi jest prosta oraz przewidywalna?

DO POPRAWY / DECYZJA

P7 Physical Evidence

Czy strona, materiały, opinie, dokumenty, wygląd miejsca lub inne widoczne elementy potwierdzają deklarowaną jakość i wiarygodność firmy?

DO POPRAWY / DECYZJA

Nie oceniaj każdego P w oderwaniu od pozostałych. Po uzupełnieniu karty sprawdź, czy decyzje w jednym obszarze nie osłabiają innego – np. czy cena odpowiada pozycjonowaniu, a proces zakupu spełnia obietnicę składaną w komunikacji.

Znajdź najważniejsze problemy w marketing mix

Wybierz trzy problemy zauważone podczas analizy 7P. Sprawdź, które elementy są ze sobą niespójne, na czym dokładnie polega problem i co trzeba zmienić.

1 Najważniejsza niespójność

KTÓRE ELEMENTY 7P SĄ ZE SOBĄ NIESPÓJNE?

+

NA CZYM POLEGA PROBLEM?

CO TRZEBA ZMIENIĆ?

JAK SPRAWDZISZ EFEKT?

KPI

2 Druga niespójność

KTÓRE ELEMENTY 7P SĄ ZE SOBĄ NIESPÓJNE?

+

NA CZYM POLEGA PROBLEM?

CO TRZEBA ZMIENIĆ?

JAK SPRAWDZISZ EFEKT?

KPI

3 Trzecia niespójność

KTÓRE ELEMENTY 7P SĄ ZE SOBĄ NIESPÓJNE?

+

NA CZYM POLEGA PROBLEM?

CO TRZEBA ZMIENIĆ?

JAK SPRAWDZISZ EFEKT?

KPI

Ustal priorytet i zaplanuj zmianę

Na podstawie wcześniejszej analizy wybierz problem, którego rozwiązanie może przynieść największy efekt. Następnie określ zakres zmiany, sposób pomiaru i moment ponownej oceny.

Ustal priorytet

Nie próbuj poprawiać wszystkich elementów jednocześnie. Wybierz jedną zmianę, która może poprawić kilka powiązanych obszarów marketing mix.

Najważniejsza zmiana, którą wdrożysz:

Których elementów 7P dotyczy ta zmiana?

Jak może wpłynąć na pozostałe elementy?

Jakie ryzyko może pojawić się po wdrożeniu zmiany?

KPI PRZED ZMIANĄ

DOCELOWY KPI

Kiedy sprawdzisz wynik?

Kto odpowiada za wdrożenie?

Zaplanuj kolejne kroki

KROK 1

Co zrobisz jako pierwsze?

KROK 2

Co trzeba sprawdzić po wdrożeniu?

KROK 3

Co zrobisz, jeśli wynik będzie gorszy od oczekiwanego?

Po wdrożeniu wróć do całego 7P. Zmiana jednego elementu może poprawić wynik w jednym miejscu i jednocześnie stworzyć problem w innym. Dlatego efekt warto oceniać nie tylko przez jeden KPI, ale również przez wpływ na pozostałe obszary marketing mix.