



CUESTIONARIO PARA MEDIR LA EFICACIA DEL MARKETING

INSTRUCCIONES

Este cuestionario de eficacia del marketing busca conocer el rendimiento sobre el mercadeo en la empresa evaluando diferentes aspectos.

Le agradecemos contestar las preguntas con sinceridad. Las respuestas dé en el cuestionario, no son ni buenas, ni malas, lo importante es que reflejen su manera de ver el desempeño de las diferentes áreas de la empresa.


Al responder por favor lea detenidamente, luego piense cómo se da ese aspecto en la empresa y responda la pregunta, seleccionando la celda que mejor refleje la situación actual.

Recuerde que el cuestionario NO lo evalúa como trabajador, sino que busca conocer el estado de los procesos para así mismo plantear propuestas de mejora en cada uno de ellos.

Sus respuestas serán manejadas con absoluta confidencialidad.

Si tiene dudas respecto a una pregunta, solicite mayor explicación a la persona que le entregó el cuestionario. Este cuestionario no tiene límite de tiempo.

Gracias por su colaboración.

 ing.mdiazc@gmail.com (no se comparten) [Cambiar cuenta](#)



*Obligatorio

Nombre y Apellido *

Tu respuesta

Edad *

Tu respuesta


Rol del entrevistado *

Cliente



Fecha de aplicación *


Fecha

dd/mm/aaaa 

FILOSOFÍA DEL CLIENTE

La Dirección reconoce la ventaja del mercado y las necesidades y deseos de los clientes en la configuración de los planes y operaciones de la empresa.


¿La Dirección piensa en términos de satisfacer las necesidades y deseos de los mercados actuales por su crecimiento a largo plazo y potencial de ganancias para la empresa? *



A horizontal scale with five colored boxes containing smiley faces: red (sad), orange (neutral), yellow (neutral), light green (happy), and dark green (very happy). Below the boxes is a bar with a minus sign on the left and a plus sign on the right, divided into five segments corresponding to the boxes. Below the bar are five radio buttons labeled 1 through 5.

1 2 3 4 5

¿La Dirección desarrolla diferentes ofertas y campañas publicitarias para diferentes tipos de clientes? *



A horizontal scale with five colored boxes containing smiley faces: red (sad), orange (neutral), yellow (neutral), light green (happy), and dark green (very happy). Below the boxes is a bar with a minus sign on the left and a plus sign on the right, divided into five segments corresponding to the boxes. Below the bar are five radio buttons labeled 1 through 5.

1 2 3 4 5

¿Toma la Dirección una visión completa del sistema de marketing (proveedores, * canales*, competidores, precios, clientes, entorno) al generar la estrategia?

*Se entiende por Canales, los medios a través de los cuales se realiza la comercialización de los productos o servicios.

1 2 3 4 5

De acuerdo con la experiencia que tuvo durante su proceso de aprendizaje en las clases teóricas, ¿Cuál es su grado de satisfacción de acuerdo con los siguientes aspectos? *

1 2 3 4 5

Claridad de los temas del programa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cumplimiento del programa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiempo para el desarrollo del programa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conocimiento del instructor en los temas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Calidad de las ayudas audiovisuales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Proceso de agendamiento de las clases	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De acuerdo con la experiencia que tuvo durante su proceso de aprendizaje en las clases prácticas, ¿Cuál es su grado de satisfacción de acuerdo con los siguientes aspectos? *



Metodología utilizada para enseñar las técnicas de conducción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disposición para resolver dudas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cumplimiento en el horario de inicio y fin de la clase	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estado de los vehículos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Proceso de agendamiento de las clases	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De acuerdo con la experiencia que tuvo en el proceso de conocimiento y adquisición de los servicios con el CEA Motor GT, ¿Cuál es su grado de satisfacción de acuerdo con los siguientes aspectos? *



Respuesta rápida y oportuna de la información	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
---	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Claridad en la información brindada sobre los servicios

Agilidad en el proceso de matrícula

Servicio al cliente

ORGANIZACIÓN INTEGRADA DE MARKETING

¿Cuenta la organización con el personal necesario para llevar a cabo análisis, planificación e implementación y control de marketing?

¿Qué nivel de madurez tiene el proceso de marketing?, evalúe las siguientes actividades que hacen parte de este: *



Análisis de mercados nuevos y actuales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Planificación e implementación de estrategias de marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Control de la implementación del marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Análisis de resultados de la estrategia de marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Las diferentes áreas de la empresa cooperan de manera efectiva para resolver las desviaciones u opciones de mejora que pueda tener el plan de marketing? *



¿Qué tipo de actualización se da normalmente en el portafolio de servicios de la empresa? *



Incorporación de nuevos servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mejoramiento de los servicios actuales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desincorporación de nuevos servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Se mide la rentabilidad de los diferentes gastos de marketing? *



ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA

¿La gestión de marketing genera estrategias y planes innovadores para el crecimiento y la rentabilidad a largo plazo?

De acuerdo al último estudio de investigación de mercado realizado por la empresa, mencione si fueron evaluados los siguientes aspectos: *



	1	2	3	4	5
Clientes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Influencias de compra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Canales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Competidores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Qué tan bien conoce la Dirección el potencial de ventas y la rentabilidad de cada uno de los siguientes aspectos?: *



	1	2	3	4	5
Los segmentos de mercado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Los servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Los canales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Indique la calidad de la estrategia de marketing actual en cada uno de los siguientes aspectos: *



La estrategia es clara	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La estrategia es innovadora	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La estrategia se basa en datos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Muestra la dirección una buena capacidad para reaccionar rápida y eficazmente a los cambios en ventas y el mercado? *



<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

¿Qué tan bien se comunica la estrategia de marketing a la organización? *



<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------