

Cuprins:

- › „Interviu Corporativ”
- › Folositi informatiile pe care le detineti deja (I)

„Interviu Corporativ”

Sa presupunem ca te afli in comisia de evaluare a candidatilor pentru un job. Care ar fi principalele criterii dupa care te-ai ghida in selectie? Probabil **tinuta** ...ea creaza prima impresie. Urmeaza apoi **limbajul** si in cele din urma **CV-ul**. Dar in cazul unei firme? Care ar fi principalele criterii de evaluare sau elementele care inlocuiesc tinuta, limbajul si CV-ul? In opinia mea, **Sigla, Sloganul** si, in ultimul timp, **Site-ul** - cei **3S** ai identitatii corporative.

Sigla transmite din punct de vedere vizual, prin forme si culori, informatii importante despre domeniul de activitate si modul de abordare al pietei. Astfel putem identifica trasatura definitorie a firmei: profesionalism, actiune, clasa, agresivitate, calitate sau diferite combinatii intre acestea. Ce exprima sigla companiei in care iti desfasori activitatea?

Sloganul sustine si completeaza sigla, fiind latura verbala a identitatii corporative. Acesta transmite esenta activitatii firmei intr-o forma simpla, usor de retinut, originala si relevanta. Care este sloganul companiei in care lucrezi? Sustine sigla?

Site-ul cuprinde si completeaza sigla si sloganul prin elemente grafice, design, continut textual. Rolul acestuia este de a oferi informatii suplimentare despre portofoliul de clienti/ produse/ servicii, proiecte derulate - criterii de baza in evaluarea unui „candidat”. Gandeste-te cum ar fi sa citesti un CV nestructurat, lung de zeci de pagini nenumerate, in care cauti informatii clare si la obiect? Cum arata site-ul companiei in care lucrezi?

Scopul unei identitati corporative bine definite este de a personaliza si positiona firma fata de concurenti si nu numai. In cazul unui “interviu corporativ” potentialii parteneri pot extrage informatii relevante si decisive despre “candidat” doar prin studierea acestor elemente.

Despre importanta si avantajele siglei, sloganului si site-ului ar mai fi multe de spus, dar voi reveni in numerele urmatoare cu mai multe informatii. Pana atunci iti doresc Sarbatori Fericite si multa Lumina in viata!

Oana Catalina VICOL
Creative Director - REM Brandt

Folositi informatiile pe care le detineti deja (I)

In fiecare firma circula numeroase documente interne cu **informatii utile** referitoare la modul de desfasurare a activitatii, rezultatele obtinute, comportamentul clientilor. Documente precum **facturile si chitantele**, ofera date importante despre vanzarile firmei si posibilitatea de a le analiza pe categorii de clienti, produse/servicii, zone geografice, puncte de vanzare, perioade ale anului.

Facturile si chitantele contin, pentru fiecare achizitie, informatii complete si corecte despre: datele de identificare ale clientului, produsele si cantitatile achizitionate, valoarea si data achizitiei.

Ce poti afla?

- Care au fost vanzarile pe ultimul semestru
- Cum au evoluat vanzarile pe fiecare produs/serviciu in parte
- Cum au evoluat vanzarile pe fiecare client in parte
- Cati clienti noi ai castigat
- In ce perioada a anului se vinde cel mai bine fiecare produs/serviciu etc.

La ce te ajuta aceste informatii?

- Ai in orice moment o imagine clara asupra situatiei firmei si a modului in care evolueaza
- Poti reactiona rapid pentru a remedia situatiile nedorite
- Identifici modalitati de imbunatatire a rezultatelor firmei
- Imbunatatesti sistemul de aprovizionare printr-o mai buna cunoastere a fluctuatiilor cererii pe fiecare produs in parte
- Imbunatatesti fluxul financiar printr-o mai buna cunoastere a periodicitatii incasarilor

Clientii iti asigura profitul si succesul. Propune-ti sa-i cunosti cat mai bine (Ce/Cand/Cum/Cat cumpara?) incepand cu sursele de informare pe care le ai deja la dispozitie in mod gratuit.

Pentru intrebari, sugestii si discutii pe aceasta tema contacteaza-ma la adresa de e-mail sinziana.spiridon@rembrand.ro.

Luna Mai va fi dedicata binecunoscutelor sugestii si reclamatii primite de la clienti, o adevarata mina de aur a informatiilor de marketing inca foarte putin exploatare. Dar pana atunci "Sarbatori fericite!"

Sinziana SPIRIDON
Research Director - REM Brandt

[Abonare Newsletter REM Brand](#) / [Portofoliu](#) / [Servicii](#) / [Despre Noi](#) / [Contact](#)