

# IOS - COMPANY CHECK-UPS

## QUESTIONARIO ON LINE



## PARTE I - QUESTIONARIO ON-LINE

### Liberatoria per la privacy

Le informazioni da Lei fornite sono raccolte in relazione al progetto attuato nell'ambito del programma UE ERASMUS + KA2 - STRATEGIC PARTNERSHIPS FOR HIGHER EDUCATION AGREEMENT n° - 2018-1-IT02-KA203-048291 "Digital Humanist", coordinato dall'Università degli Studi di Salerno (Italia), e l'Università di Salerno è un partner del consorzio.

Il progetto "Digital Humanist" intende sviluppare un insieme di competenze digitali e imprenditoriali per gli studenti di estrazione umanistica delle università europee partner, utili a innovare l'offerta di prodotti e servizi per la promozione e l'accesso ai beni culturali in chiave digitale, con soluzioni di marketing esperienziale a marchio del territorio. Maggiori informazioni sul progetto possono essere trovate su <http://www.digitalhumanist.unisa.it/>.

A causa della preoccupazione del Consorzio per il diritto alla riservatezza dei dati forniti, ti chiedo gentilmente di selezionare l'opzione relativa all'ambito di protezione dei dati che desideri, che fornirai nel questionario online e durante l'intervista di approfondimento che seguirà. Questi risultati saranno inclusi nella relazione finale preparata dal gruppo di studenti, che sarà la base per il superamento del corso, così come uno dei risultati del progetto.

Per favore, spunta la casella appropriata o, se del caso, specifica la tua risposta:

Il rapporto finale può essere accessibile al pubblico	
Il rapporto finale può essere accessibile al pubblico, ma con un nome aziendale codificato	
La relazione finale può essere utilizzata solo allo scopo di completare il corso per il progetto Digital Humanist e presentare i risultati del progetto dell'Agenzia di Gestione	
Altro (inserire) .....	



## Sezione 1: CAPIRE IL BUSINESS E L'AMBIENTE DELL'AZIENDA

La prima fase di questo strumento è l'analisi generale del business dell'azienda. È il punto di partenza per qualsiasi tipo di ragionamento strategico e nasce dallo studio approfondito delle risorse (attuali e potenziali) e dei bisogni dell'azienda e del mercato.

L'obiettivo di questa prima fase è concentrarsi sulle attività tipiche dell'organizzazione, come ha organizzato la sua strategia e quali relazioni mantiene con i suoi partner e clienti.

### Mercato e domanda

1. A quali mercati si rivolge l'azienda? (*dare una breve descrizione*)

<i>In termini di:</i>	<i>Descrizione</i>
<i>Area geografica (nazioni)</i>	
<i>Questioni di genere (universali o orientate al genere)</i>	
<i>Massiccio o individuale</i>	
<i>Importanza del patrimonio culturale (internazionale, nazionale, regionale, locale)</i>	

1. Lei appartiene al seguente settore:

<i>Settore di cui fai parte:</i>	<i>Sì/No</i>
Patrimonio culturale e naturale, compresa l'educazione culturale (musei, luoghi archeologici e storici, paesaggi culturali, patrimonio naturale),	
Performance e celebrazione (Arti dello spettacolo, musica, festival, fiere e feste)	
Arti visive e artigianato (Belle Arti, Fotografia, Artigianato)	
Libri e stampa (libri, giornali e riviste, altro materiale stampato, biblioteca, fiere del libro)	
Media audiovisivi e interattivi (Film e Video, Tv e Radio - anche streaming internet, Internet - podcasting, Video Games)	
Servizi di design e creativi (design di moda, design grafico, design d'interni, design del paesaggio, servizi architettonici, servizi pubblicitari)	
Turismo (servizi di viaggio e turistici, ospitalità e alloggio)	
Sport e Ricreazione (Sport, Fitness fisico e benessere, Parchi di divertimento e a tema, Campeggio)	
Altro (che è...)	

2. Il tuo cliente è:

<i>Tipo di cliente</i>	<i>Sì/No</i>
Individuo pubblico	



Pubblico istituzionale	
Privato	
Istituzionale privato	
Domestico	
Internazionale	

3. Definizione dei beni o servizi che produce:

<i>Caratteristica dell'uscita</i>	<i>Sì/No</i>
Beni e servizi standard	
Beni e servizi innovativi	
Beni e servizi di lusso	
Produzione creativa	
Cultura tipica	
Altro, che è .....	

4. Il mio posto nella catena del valore

<i>Posizione nella catena del valore</i>	<i>Sì/No</i>
Creatore	
Produttore/editore	
Disseminatore/Trader	
Espositore/Trasmettitore	
Altro, che è .....	

**Risorse competitive**

5. Quali sono i fattori critici di successo per il suo business (domanda aperta minimo 3 fattori)

a)
b)
c)
d)
e)

Questo strumento di marketing è essenziale per la mia attività:	Per niente	In piccola misura	In misura moderata	In larga misura	In larga misura	Non so
Sito web						
Email						



Media sociali						
Passaparola						
Pubblicità su Internet						
Posta diretta						
Annunci su TV, radio e/o stampa						
SEO						
Fiere e/o conferenze						

7. La mia forza lavoro è composta dal seguente numero di persone:

<input type="checkbox"/> non abbiamo	<input type="checkbox"/> 1 – 5	<input type="checkbox"/> 6 – 20	<input type="checkbox"/> 21 – 50	<input type="checkbox"/> 51 – 100	<input type="checkbox"/> >100	
Dichiarazione	Per niente	In piccola misura	In misura moderata	In larga misura	In larga misura	Non so
La mia forza lavoro consiste principalmente in amministrazione						
Ho molti ingegneri e specialisti di tecnologia nel mio staff						
La mia forza lavoro ha un background prevalentemente umanista						
L'output che fornisco richiede personale altamente qualificato						
Il mio staff per lo più non segue il cambiamento tecnologico e digitale del mondo						
Il mio staff ha un'alta rotazione						
Ho un sacco di forza vendita						
Ho un grande dipartimento di marketing						
Gestisco vaste attività di marketing						
L'età media dei miei dipendenti è piuttosto alta						

## Sezione 2: KPI

La seconda fase del check-up aziendale consiste nell'analisi dei KPI relativi all'area vendite. Attraverso questa analisi sarà facile delineare il percorso fatto negli ultimi 3 anni dall'azienda e come si è attrezzata per raggiungere gli obiettivi prefissati nel tempo.

I macro temi che saranno trattati: entrate, margini, mercati internazionali, canali, base di clienti, fedeltà dei clienti e tendenza delle vendite.



In questo caso, le domande sono un mix di domande aperte e domande a scelta multipla: le prime aiuteranno lo studente a redigere la sua relazione finale, mentre le seconde confluiranno nel cruscotto automatico.

## Ricavi

9. Si prega di fare riferimento alle seguenti dichiarazioni:

Reddito e margine	Sì	Non so	No
Le mie entrate provengono principalmente da attività culturali e creative			
Il settore in cui opera l'azienda è in crescita ora			
Il settore in cui opera l'azienda crescerà nei prossimi tre anni			
L'azienda è in grado di rispondere facilmente a una domanda crescente			
Mi aspetto che le mie entrate crescano nei prossimi tre anni			
I margini nel mio business sono piuttosto alti			
I margini nelle mie operazioni commerciali culturali e creative sono più alti che nelle altre operazioni commerciali			

10. In che misura è vera la seguente affermazione nella sua azienda?

Fatturato	Per niente	In piccola misura	In misura moderata	In larga misura	In larga misura	Non so
Il fatturato negli ultimi tre anni è aumentato						
Tutti gli obiettivi di fatturato sono stati raggiunti						
Le entrate delle operazioni commerciali culturali e creative negli ultimi tre anni sono aumentate						
Le operazioni commerciali culturali e creative dovevano essere sovvenzionate dalle altre operazioni commerciali negli ultimi tre anni						
Le aspettative verso il fatturato nei prossimi tre anni sono positive						

## Clienti internazionali

12. Le entrate dell'azienda dai clienti stranieri in percentuale sono:

< 5%	6 – 10 %	11 – 20 %	21 – 50 %	> 50 %	Non posso rispondere
------	----------	-----------	-----------	--------	----------------------

**Base di clienti** (il gruppo di clienti che l'azienda ha in portafoglio e che acquistano regolarmente o meno i suoi beni/servizi)



13. Circa il seguente numero di clienti fa l'80% del fatturato dell'azienda:

< 5 % della base di clienti	6 - 10 % della base di clienti	11 - 20 % della base di clienti	21 - 30 % della base di clienti	>31 % della base di clienti	Non posso rispondere
-----------------------------	--------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	-----------------------------	----------------------

### Sezione 3: DEFINIRE L'IMPATTO DELL'AZIENDA SUL PATRIMONIO CULTURALE E SULLA DIVERSITÀ

La terza fase del check-up aziendale consiste nella valutazione di un impatto dell'attività creativa e culturale dell'azienda. Lo strumento si rivelerà utile per valutare le aree in cui le organizzazioni hanno punti di forza e di debolezza legati all'aumento della diversità culturale e alla protezione del patrimonio culturale

Per favore, valuta il grado in cui sei d'accordo o in disaccordo con ciascuna delle seguenti affermazioni. Mentre rispondi, considera le operazioni commerciali e gli output prodotti di come stanno effettivamente le cose.

14. Contributo alla protezione del patrimonio culturale

Dichiarazione	Fortemente in disaccordo	Non sono d'accordo	Un po' in disaccordo	Né d'accordo né in disaccordo	Un po' d'accordo	Accetto	Fortemente d'accordo
Le mie attività sono importanti per la protezione del patrimonio culturale della regione							
Le mie attività sono importanti per la protezione del patrimonio culturale nazionale							
Le mie attività sono importanti per la protezione							



del patrimonio culturale internazionale							
Posso aumentare il mio impatto sulla protezione del patrimonio culturale							
La rivoluzione digitale aumenta il mio possibile impatto nella protezione del patrimonio culturale							
Ho bisogno di forza lavoro più qualificata per aumentare il mio impatto sulla protezione del patrimonio culturale							
Ho bisogno di più capitale per aumentare il mio impatto sulla protezione del patrimonio culturale							

15. Contributo alla valorizzazione della diversità culturale

Dichiarazione	Fortemente in disaccordo	Non sono d'accordo	Un po' in disaccordo	Né d'accordo né in disaccordo	Un po' d'accordo	Accordo	Fortemente d'accordo
---------------	--------------------------	--------------------	----------------------	-------------------------------	------------------	---------	----------------------





Le mie attività sono importanti per la diversità culturale della regione							
Le mie attività sono importanti per la diversità culturale nazionale							
Le mie attività sono importanti per la diversità culturale internazionale							
Posso aumentare il mio impatto sulla diversità culturale							
La rivoluzione digitale aumenta il mio possibile impatto nella diversità culturale							
Ho bisogno di forza lavoro più qualificata per aumentare il mio impatto sulla diversità culturale							
Ho bisogno di più capitale per aumentare il mio impatto sulla diversità culturale							



## 16. Contributo allo sviluppo sostenibile

Dichiarazione	Fortemente in disaccordo	Non sono d'accordo	Un po' in disaccordo	Né d'accordo né in disaccordo	Un po' d'accordo	Accetto	Fortemente d'accordo
Le mie attività sono importanti per lo sviluppo sostenibile							
Posso facilmente aumentare il mio impatto sullo sviluppo sostenibile							
Le mie attività sono importanti per il benessere economico della società							
Le mie attività sono importanti per l'ambiente naturale							
Le mie attività sono importanti per l'inclusione sociale							

## 17. Formazione

Dichiarazione	Fortemente in disaccordo	Non sono d'accordo	Un po' in disaccordo	Né d'accordo né in disaccordo	Un po' d'accordo	Accetto	Fortemente d'accordo
L'organizzazione offre formazione ed esercizi divertenti per							





facilitare l'educazione e la consapevolezza culturale							
L'organizzazione offre formazione ed esercizi divertenti per facilitare le abilità e le competenze digitali dei dipendenti							
L'organizzazione ha un processo in atto per facilitare l'educazione e la consapevolezza culturale							
L'organizzazione ha un processo in atto per facilitare le abilità e le competenze digitali dei dipendenti							
L'organizzazione è impegnata a produrre leader e dipendenti che hanno competenze digitali							
L'organizzazione promuove una riflessione intenzionale sulle interazioni interculturali							
L'organizzazione risponde prontamente alle questioni culturali emergenti che							



riguardano l'organizzazione							
L'organizzazione offre continue opportunità di interazione culturale unite a una riflessione intenzionale							

### 18. Intenzionalità

Dichiarazione	Fortemente in disaccordo	Non sono d'accordo	Un po' in disaccordo	Né d'accordo né in disaccordo	Un po' d'accordo	Accetto	Fortemente d'accordo
L'organizzazione ha una strategia per aumentare l'impatto culturale							
L'organizzazione controlla intenzionalmente il suo impatto culturale							
L'organizzazione è intenzionale nell'usare un linguaggio inclusivo							

### 19. Informativa sulla privacy GDPR

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali in conformità al GDPR 679/16 - "Regolamento europeo sulla protezione dei dati personali".



 Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein



 Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

