

IOS - COMPANY CHECK-UPS

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ





ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Αποποίηση απορρήτου

Οι πληροφορίες που παρέχετε συλλέγονται σε σχέση με το έργο “Digital Humanist” που υλοποιείται στο Πρόγραμμα ΕΕ ERASMUS + ΚΑ2 - ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΣΤΗΝ ΑΝΩΤΑΤΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ, ΣΥΜΦΩΝΗΤΙΚΟ αριθ. – 2018-1-IT02-ΚΑ203-048291, το οποίο συντονίζεται από το Πανεπιστήμιο του Σαλέρνο (Ιταλία) και η εταιρεία i4G είναι συνεργάτης της κοινοπραξίας.

Το έργο “Digital Humanist” έχει ως στόχο την ανάπτυξη ενός συνόλου ψηφιακών και επιχειρηματικών δεξιοτήτων για φοιτητές ανθρωπιστικών σπουδών των ευρωπαϊκών πανεπιστημίων, εταίρων του έργου, χρήσιμων για καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες προώθησης και πρόσβασης σε πολιτιστικά στοιχεία με ψηφιακά μέσα και επώνυμες βιοματικές λύσεις μάρκετινγκ περιεχομένου. Μπορείτε να βρείτε περισσότερες πληροφορίες για το έργο στο σύνδεσμο: <http://www.digitalhumanist.unisa.it/>.

Λόγω της μέριμνας της κοινοπραξίας του έργου για το δικαίωμα εμπιστευτικότητας των παρεχόμενων δεδομένων, σας παρακαλούμε να ορίσετε την επιλογή που σχετίζεται με το εύρος της προστασίας δεδομένων που θέλετε, τα οποία θα παράσχετε στο ερωτηματολόγιο μέσω διαδικτύου καθώς και κατά τη διάρκεια της σε βάθος συνέντευξης που θα ακολουθήσει. Τα αποτελέσματα θα συμπεριληφθούν στην τελική έκθεση που θα εκπονήσει η ομάδα φοιτητών, η οποία θα αποτελέσει τη βάση για την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, καθώς και ένα από τα αποτελέσματα του έργου.

Παρακαλούμε επιλέξτε το κατάλληλο πλαίσιο ή, όπου χρειάζεται, προσδιορίστε την απάντησή σας:

Η τελική έκθεση μπορεί να είναι προσβάσιμη στο κοινό.	
Η τελική έκθεση μπορεί να είναι προσβάσιμη στο κοινό, αλλά με κωδικοποιημένο όνομα εταιρείας.	
Η τελική έκθεση μπορεί να χρησιμοποιηθεί μόνο με σκοπό την ολοκλήρωση του μαθήματος για το έργο Digital Humanist και την παρουσίαση των αποτελεσμάτων του έργου στη Διαχειριστική Αρχή.	
Άλλο (παρακαλώ εισάγετε)	



Ενότητα 1: ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Το πρώτο στάδιο αυτού του εργαλείου είναι η γενική ανάλυση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων της εταιρείας. Είναι το σημείο εκκίνησης για κάθε τύπο στρατηγικής αιτιολόγησης και προκύπτει από την εις βάθος μελέτη των πόρων (υπαρχόντων και μελλοντικών) και των αναγκών της εταιρείας και της αγοράς.

Ο στόχος της πρώτης αυτής φάσης είναι να εστιάσει στις τυπικές δραστηριότητες του οργανισμού, πώς έχει οργανώσει τη στρατηγική του και ποιές είναι οι σχέσεις που διατηρεί με τους συνεργάτες και τους πελάτες του.

Αγορά και ζήτηση

1. Σε ποιές αγορές απευθύνεται η εταιρεία; (δώστε μια σύντομη περιγραφή)

Σε σχέση με:	Περιγραφή
Γεωγραφική Περιοχή (έθνη)	
Θέματα φύλου (στο σύνολο ή προσανατολισμένη σε φύλο)	
Μαζικά ή ατομικά	
Σημασία της πολιτιστικής κληρονομιάς (Διεθνής, εθνική, περιφερειακή, τοπική)	

2. Ανήκετε στον ακόλουθο κλάδο:

Κλάδο στον οποίο ανήκετε:	Ναι/Όχι
Πολιτιστική και Φυσική Κληρονομιά, συμπεριλαμβανομένης της πολιτιστικής εκπαίδευσης (Μουσεία, Αρχαιολογικοί και Ιστορικοί Χώροι, Πολιτιστικά Τοπία, Φυσική Κληρονομιά).	
Παραστάσεις και εορτασμοί (Τέχνες του θεάματος, Μουσική, Φεστιβάλ, Εκθέσεις και Εορτές).	
Εικαστικές Τέχνες και Χειροτεχνίες (Καλές Τέχνες, Φωτογραφία, Χειροτεχνίες).	
Βιβλία και Τύπος (Βιβλία, Εφημερίδες και Περιοδικά, άλλα έντυπα, Βιβλιοθήκες, Εκθέσεις Βιβλίων).	
Οπτικοακουστικά και Διαδραστικά μέσα (Ταινίες και βίντεο, Τηλεόραση και Ραδιόφωνο - επίσης streaming μέσω διαδικτύου, - podcasting μέσω διαδικτύου, Παιχνίδια βίντεο).	
Σχεδιασμός και δημιουργικές υπηρεσίες (Σχεδιασμός μόδας, γραφιστική, εσωτερική διακόσμηση, σχεδιασμός τοπίου, αρχιτεκτονικές υπηρεσίες, διαφημιστικές υπηρεσίες).	



Τουρισμός (Ταξιδιωτικές και Τουριστικές Υπηρεσίες, Φιλοξενία και Διαμονή)	
Αθλητισμός και αναψυχή (Αθλητισμός, φυσική κατάσταση και ευεξία, λούνα παρκ, θεματικά πάρκα, κάμπινγκ).	
Άλλο (που είναι)	

3. Οι πελάτες σας είναι:

<i>Τύπος πελάτη</i>	<i>Ναι/Όχι</i>
Δημόσιο άτομο	
Δημόσιος - θεσμικός (οργανισμός, εταιρεία κλπ)	
Ιδιωτικό άτομο	
Ιδιωτικός - θεσμικός (οργανισμός, εταιρεία κλπ)	
Εγγώριος	
Διεθνής	

4. Προσδιορισμός προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχετε:

<i>Χαρακτηριστικά προϊόντος/ υπηρεσίας</i>	<i>Ναι/Όχι</i>
Τυπικά προϊόντα και υπηρεσίες	
Καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες	
Προϊόντα και υπηρεσίες πολυτελείας	
Δημιουργικά προϊόντα και υπηρεσίες	
Τυπικά πολιτιστικά προϊόντα και υπηρεσίες	
Άλλο, που είναι	

5. Η θέση σας στην αλυσίδα αξίας

<i>Θέση στην αλυσίδα αξίας</i>	<i>Ναι/Όχι</i>
Δημιουργία	
Παραγωγή/ Έκδοση	
Διάδοση/ Εμπορία	
Έκθεση/ Εκπομπή	
Άλλο, που είναι	

Ανταγωνιστικοί πόροι

6. Ποιοι είναι οι κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας για την επιχείρησή σας (ανοιχτή ερώτηση , τουλάχιστον 3 παράγοντες)

α) β) γ) δ) ε)

7. Παρακαλούμε ανατρέξτε στις ακόλουθες δηλώσεις.



Αυτό το εργαλείο μάρκετινγκ είναι απαραίτητο για την επιχείρησή μου:	Καθόλου	Σε μικρό βαθμό	Σε μέτριο βαθμό	Σε μεγάλο βαθμό	Σε πολύ μεγάλο βαθμό	Δεν γνωρίζω
Δικτυακός τόπος						
Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο						
Μέσα κοινωνικής δικτύωσης						
Στόμα με στόμα						
Έντυπο υλικό προώθησης						
Διαφήμιση μέσω διαδικτύου						
Απευθείας αλληλογραφία						
Τηλεόραση/ ραδιόφωνο ή/ και έντυπες διαφημίσεις						
SEO						
Εμπορικές εκθέσεις ή/ και συνέδρια						

8. Το εργατικό δυναμικό της εταιρείας αποτελείται από τον ακόλουθο αριθμό ατόμων:

δεν έχουμε	1 – 5	6 – 20	21 – 50	51 – 100	>100
------------	-------	--------	---------	----------	------

9. Παρακαλούμε ανατρέξτε στις ακόλουθες δηλώσεις.

Statement	Καθόλου	Σε μικρό βαθμό	Σε μέτριο βαθμό	Σε μεγάλο βαθμό	Σε πολύ μεγάλο βαθμό	Δεν γνωρίζω
Το εργατικό δυναμικό μας αποτελείται κυρίως από διοικητικό προσωπικό.						
Έχουμε πολλούς μηχανικούς και ειδικούς τεχνολογίας στο προσωπικό μας.						
Το εργατικό δυναμικό μας έχει ως επί το πλείστον ανθρωπιστικό υπόβαθρο.						
Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που παρέχουμε απαιτούν εξειδικευμένο προσωπικό.						
Το προσωπικό μας συνήθως δεν παρακολουθεί τις παγκόσμιες τεχνολογικές και ψηφιακές αλλαγές.						
Το προσωπικό μας αλλάζει συνεχώς.						
Έχουμε ισχυρή δύναμη πωλήσεων.						
Έχουμε μεγάλο τμήμα μάρκετινγκ.						

Διαχειριζόμαστε τεράστιες δραστηριότητες μάρκετινγκ.						
Η μέση ηλικία των υπαλλήλων μας είναι αρκετά υψηλή.						

Ενότητα 2: KPI

Το δεύτερο στάδιο του check-up της εταιρείας συνίσταται στην ανάλυση των Βασικών Δεικτών Απόδοσης (KPI) που σχετίζονται με τον τομέα των πωλήσεων. Μέσω αυτής της ανάλυσης θα είναι εύκολο να περιγραφεί η πορεία που έχει ακολουθήσει τα τελευταία 3 χρόνια η εταιρεία και το πώς είναι εξοπλισμένη για την επίτευξη των στόχων που έχουν τεθεί με την πάροδο του χρόνου.

Τα θέματα που θα αντιμετωπιστούν είναι: έσοδα, περιθώρια κέρδους, διεθνείς αγορές, κανάλια πωλήσεων, βάση πελατών, αφοσίωση πελατών και τάση πωλήσεων.

Σε αυτήν την περίπτωση, οι ερωτήσεις είναι ένας συνδυασμός ανοιχτών ερωτήσεων και ερωτήσεων πολλαπλής επιλογής: οι πρώτες θα βοηθήσουν τον φοιτητή να συντάξει την τελική του έκθεση, ενώ οι τελευταίες θα συγχωνευτούν στον αυτόματο πίνακα.

Έσοδα

10. Παρακαλούμε ανατρέξτε στις ακόλουθες δηλώσεις.

Έσοδα και περιθώρια	Ναι	Δεν γνωρίζω	Όχι
Τα έσοδά μας προέρχονται κυρίως από πολιτιστικές και δημιουργικές δραστηριότητες.			
Ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείται η εταιρεία αναπτύσσεται τώρα.			
Ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείται η εταιρεία θα αναπτυχθεί τα επόμενα τρία χρόνια.	---		---
Η εταιρεία είναι σε θέση να ανταποκριθεί εύκολα σε μια αυξανόμενη ζήτηση.			
Αναμένουμε ότι τα έσοδά μας θα αυξηθούν τα επόμενα τρία χρόνια.			
Τα περιθώρια στην επιχείρησή μας είναι αρκετά υψηλά.			
Τα περιθώρια στις πολιτιστικές και δημιουργικές επιχειρηματικές μας δραστηριότητες είναι υψηλότερα από αυτά των υπόλοιπων επιχειρηματικών μας δραστηριοτήτων.			



11. Σε ποιο βαθμό ισχύει η ακόλουθη δήλωση για την εταιρεία σας;

Κύκλος Εργασιών	Καθόλου	Σε μικρό βαθμό	Σε μέτριο βαθμό	Σε μεγάλο βαθμό	Σε πολύ μεγάλο βαθμό	Δεν γνωρίζω
Ο κύκλος εργασιών τα τελευταία τρία χρόνια έχει αυξηθεί.						
Όλοι οι στόχοι του κύκλου εργασιών έχουν επιτευχθεί.						---
Τα έσοδα των πολιτιστικών και δημιουργικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων τα τελευταία τρία χρόνια έχουν αυξηθεί.						
Οι πολιτιστικές και δημιουργικές επιχειρηματικές δραστηριότητες αναγκάστηκαν να επιδοτηθούν από τις υπόλοιπες επιχειρηματικές δραστηριότητες τα τελευταία τρία χρόνια.						
Οι προσδοκίες για τον κύκλο εργασιών τα επόμενα τρία χρόνια είναι θετικές.						

Διεθνείς πελάτες

12. Το ποσοστό εσόδων της εταιρείας από διεθνείς πελάτες είναι:

< 5%	6 – 10 %	11 – 20 %	21 – 50 %	> 50 %	Δεν μπορώ να απαντήσω
------	----------	-----------	-----------	--------	-----------------------

Βάση πελατών (η ομάδα πελατών που έχει η εταιρεία στο χαρτοφυλάκιο της και οι οποίοι αγοράζουν τακτικά ή μη τακτικά τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της)

13. Περίπου ο ακόλουθος αριθμός πελατών κάνει το 80% του κύκλου εργασιών της εταιρείας:

<5 % της βάσης πελατών	6 – 10 % της βάσης πελατών	11 – 20 % της βάσης πελατών	21 – 30 % της βάσης πελατών	>31 % της βάσης πελατών	Δεν μπορώ να απαντήσω
------------------------	----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-------------------------	-----------------------

Ενότητα 3: ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΥ ΤΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΣΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΠΟΙΚΙΛΟΜΟΡΦΙΑ

Το τρίτο στάδιο του check-up της εταιρείας συνίσταται στην αξιολόγηση του αντίκτυπου της δημιουργικής και πολιτιστικής δραστηριότητας της εταιρείας. Το εργαλείο αυτό θα αποδειχθεί χρήσιμο για την αξιολόγηση περιοχών όπου οι οργανισμοί έχουν πλεονεκτήματα και αδυναμίες που σχετίζονται με την αύξηση της πολιτιστικής ποικιλομορφίας και την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς.

Παρακαλώ αξιολογήστε τον βαθμό στον οποίο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με καθεμία από τις ακόλουθες δηλώσεις. Καθώς απαντάτε, σκεφτείτε τις επιχειρηματικές σας λειτουργίες και αναφέρετε αποτελέσματα για το τι ισχύει στην πραγματικότητα.

14. Συμβολή στην προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς

Δήλωση	Διαφωνώ έντονα	Διαφωνώ	Διαφωνώ κάπως	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ κάπως	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Οι δραστηριότητες μας είναι σημαντικές για την προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς της περιοχής.							
Οι δραστηριότητες μας είναι σημαντικές για την προστασία της εθνικής πολιτιστικής κληρονομιάς.							
Οι δραστηριότητες μας είναι σημαντικές για την προστασία της διεθνούς πολιτιστικής κληρονομιάς.							
Μπορούμε να αυξήσουμε τον αντίκτυπό μας στην προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς.							
Η ψηφιακή επανάσταση αυξάνει τον πιθανό αντίκτυπό μας στην							



προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς.							
Χρειαζόμαστε πιο εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό για να αυξήσουμε τον αντίκτυπό μας στην προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς.							
Χρειαζόμαστε περισσότερα κεφάλαια για να αυξήσουμε τον αντίκτυπό μας στην προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς.							

15. Συμβολή στην αξιοποίηση της πολιτιστικής ποικιλομορφίας

Δήλωση	Διαφωνώ έντονα	Διαφωνώ	Διαφωνώ κάπως	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ κάπως	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Οι δραστηριότητές μας είναι σημαντικές για την πολιτιστική ποικιλομορφία της περιοχής							
Οι δραστηριότητές μας είναι σημαντικές για την εθνική πολιτιστική ποικιλομορφία.							
Οι δραστηριότητές μας είναι σημαντικές για τη διεθνή πολιτιστική ποικιλομορφία.							
Μπορούμε να αυξήσουμε τον αντίκτυπό μας στην πολιτιστική ποικιλομορφία.							
Η ψηφιακή επανάσταση αυξάνει τον πιθανό αντίκτυπό μας στην πολιτιστική ποικιλομορφία.							
Χρειαζόμαστε πιο εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό για να αυξήσουμε τον							

αντίκτυπό μας στην πολιτιστική ποικιλομορφία.							
Χρειαζόμαστε περισσότερα κεφάλαια για να αυξήσουμε τον αντίκτυπό μας στην πολιτιστική ποικιλομορφία.							

16. Συμβολή στην αειφόρο ανάπτυξη

Δήλωση	Διαφωνώ έντονα	Διαφωνώ	Διαφωνώ κάπως	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ κάπως	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Οι δραστηριότητές μας είναι σημαντικές για την αειφόρο ανάπτυξη.							
Μπορούμε εύκολα να αυξήσουμε τον αντίκτυπό μας στην αειφόρο ανάπτυξη.							
Οι δραστηριότητές μας είναι σημαντικές για την οικονομική ευημερία της κοινωνίας.							
Οι δραστηριότητές μας είναι σημαντικές για το φυσικό περιβάλλον.							
Οι δραστηριότητές μας είναι σημαντικές για την κοινωνική ένταξη.							

17. Εκπαίδευση

Δήλωση	Διαφωνώ έντονα	Διαφωνώ	Διαφωνώ κάπως	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ κάπως	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Ο οργανισμός προσφέρει εκπαίδευση και διασκεδαστικές ασκήσεις για τη διευκόλυνση της πολιτιστικής εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης.							
Ο οργανισμός προσφέρει εκπαίδευση και διασκεδαστικές ασκήσεις για τη							



διευκόλυνση της ανάπτυξης των ψηφιακών δεξιοτήτων και ικανοτήτων των εργαζομένων.							
Ο οργανισμός διαθέτει διαδικασία για τη διευκόλυνση της πολιτιστικής εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης.							
Ο οργανισμός διαθέτει διαδικασία για τη διευκόλυνση της ανάπτυξης των ψηφιακών δεξιοτήτων και ικανοτήτων των εργαζομένων							
Ο οργανισμός έχει δεσμευτεί να παράγει ηγέτες και υπαλλήλους με ψηφιακή εξειδίκευση.							
Ο οργανισμός προωθεί τον εκούσιο προβληματισμό σχετικά με τις διαπολιτισμικές αλληλεπιδράσεις.							
Ο οργανισμός ανταποκρίνεται άμεσα σε αναδυόμενα πολιτιστικά ζητήματα που τον επηρεάζουν.							
Ο οργανισμός προσφέρει συνεχείς ευκαιρίες για πολιτιστική αλληλεπίδραση σε συνδυασμό με σκόπιμο προβληματισμό.							

18. Πρόθεση

Δήλωση	Διαφωνώ έντονα	Διαφωνώ	Διαφωνώ κάπως	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ κάπως	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Ο οργανισμός έχει στρατηγική για την αύξηση του πολιτιστικού αντίκτυπου.							





Ο οργανισμός παρακολουθεί εσκεμμένα τον πολιτιστικό του αντίκτυπο.							
Ο οργανισμός χρησιμοποιεί εσκεμμένα γλώσσα χωρίς αποκλεισμούς.							

19. Πολιτική απορρήτου του GDPR

Εγκρίνω τη χρήση των προσωπικών μου δεδομένων σύμφωνα με τον GDPR 679/16 - «Ευρωπαϊκό κανονισμό για την προστασία των προσωπικών δεδομένων».



 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



 POZNAŃ UNIVERSITY
OF ECONOMICS
AND BUSINESS

