

ZA3683

Flash Eurobarometer 128

(Special Target: Cross-Border Commerce)

Questionnaire

Greece

ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

1. ΧΩΡΑ : 04. ΕΛΛΑΔΑ

2. ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ :

3. ΓΛΩΣΣΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ : 1. ΕΛΛΗΝΙΚΗ

4. ΧΡΟΝΟΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ :

5. ΣΤΑΘΜΙΣΗ :

6. ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ:

7. ΩΡΑ ΕΝΑΡΞΗΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ:

8. ΩΡΑ ΚΛΕΙΣΙΜΑΤΟΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ:

9. ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΚΤΗ:.....

D1. Αριθμός εργαζομένων: ΑΠΟ ΤΗ ΛΙΣΤΑ

D1A. Αριθμός εργαζομένων: ΑΠΟ ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

10. ΘΕΣΗ: Β ΦΙΛΤΡΟ

11. ΤΟΜΕΑΣ: BLANK

12. ΤΖΙΡΟΣ:..... BLANK

13. Γεωγραφικό διαμέρισμα

Αττική-----1

Στερεά Ελλάδα –Εύβοια-----2

Πελοπόννησος-----3

Δυτική Ελλάδα-----4

Ιόνιο-----5

Ήπειρος-----6

Θεσσαλία-----7

Δυτική Μακεδονία-----8

Κεντρική Μακεδονία-----9

Ανατολική Μακεδονία-Θράκη----10

Βόρειο Αιγαίο-----11

Νότιο Αιγαίο-----12

Κρήτη-----13

14. Κωδικός NACE |_|_|_|_|_|_|_|_|

Χαίρετε, ονομάζομαι και σας τηλεφωνώ από την ICAP. Αυτές τις ημέρες διεξάγουμε μια έρευνα που αφορά εταιρίες που δραστηριοποιούνται τόσο σε ελληνικό όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Στόχο της έχει να αξιολογήσει τις πωλήσεις και τη διαφήμιση των επιχειρήσεων στην ΕΕ.

ΦΙΛΤΡΟ

- (α) Η επιχείρησή σας στοχεύει στους τελικούς καταναλωτές δηλαδή στο γενικό κοινό στις πωλήσεις της ή στη διαφήμιση ή και στα δυο;

Ναι	1
Όχι	
[ΔΓ/ΔΑ]	

ΚΛΕΙΣΕ ΤΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
ΚΛΕΙΣΕ ΤΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

- (β) **ΠΑΡΑΚΑΛΩ ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΣΕ ΟΤΙ Ο ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΣ ΕΙΝΑΙ:**
Ποια ακριβώς είναι η θέση σας στην εταιρία :
_____ **(ΔΙΕΥΚΡΙΝΙΣΕ ΘΕΣΗ)**

ΕΑΝ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΙ ΣΕ ΜΙΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ: ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΕ ΚΑΙ ΣΥΝΕΧΙΣΕ. ΣΕ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΑΛΛΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ – ΚΛΕΙΣΕ ΤΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ]

Γενικός Διευθυντής, Διευθύνων Σύμβουλος	1
Διευθυντής, κύριο πρόσωπο υπεύθυνο για Μάρκετινγκ, Πωλήσεις, Διαφήμιση	2
ΑΛΛΟ	3

ΚΛΕΙΣΕ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

- D1. Πόσα άτομα απασχολεί η επιχείρησή σας σε τακτική βάση στην Ελλάδα;
[] [] [] [] [] [] άτομα

[ΕΑΝ ΛΙΓΟΤΕΡΑ ΑΠΟ 10 Ή ΔΕ ΓΝΩΡΙΖΕΙ ---> ΚΛΕΙΣΕ ΤΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ]

- D2 Σε πόσες άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, έχετε καταστήματα λιανικής πώλησης ή θυγατρικές;.....

Σε [] [] χώρες

[ΚΑΤΕΓΡΑΨΕ ΑΚΡΙΒΩΣ – ΕΑΝ ΔΓ/ΔΑ ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΕ 99]

- D3. Η επιχείρησή σας είναι: ...

Μια ανεξάρτητη εταιρία	1
Η μητρική εταιρία ενός πολυεθνικού ομίλου εταιριών	2
Μέλος ενός πολυεθνικού ομίλου η οποία είναι εξουσιοδοτημένη από τη μητρική εταιρία να πουλά και να διαφημίζει σε καταναλωτές που ζουν σε άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης	3
Μέλος ενός πολυεθνικού ομίλου η οποία δεν είναι εξουσιοδοτημένη από τη μητρική εταιρία να πουλά και να διαφημίζει σε καταναλωτές που ζουν σε άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης	4

[ΕΑΝ ΚΩΔ. 4 ΣΤΗΝ ΕΡΩΤΗΣΗ D3 :---> ΚΛΕΙΣΕ ΤΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ]

[ΕΑΝ Η ΕΤΑΙΡΙΑ ΔΕΝ ΕΧΕΙ ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ ΣΕ ΑΛΛΕΣ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΕ: D2=0]

Στην έρευνα αυτή θα θέλαμε να μελετήσουμε τις διασυνοριακές πωλήσεις σας και/ή τη διαφήμιση. Αυτές είναι πωλήσεις και διαφήμιση που απευθύνονται σε άτομα που κατοικούν σε άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Κοινότητας.

[ΕΑΝ Η ΕΤΑΙΡΙΑ ΕΧΕΙ ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ ΣΕ ΑΛΛΕΣ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΕ: D2>0]

Στην έρευνα αυτή θα θέλαμε να μελετήσουμε τις διασυνοριακές πωλήσεις και τη διαφήμιση όλων των εταιριών του ομίλου στο οποίο ανήκετε. Διασυνοριακή πώληση είναι αυτή όπου ο καταναλωτής ζει σε διαφορετική χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης από αυτή της εταιρίας του ομίλου σας που έκανε την πώληση.

Διασυνοριακή διαφήμιση είναι η διαφήμιση που έχει σχεδιαστεί με στόχο να ενισχύσει αυτού του είδους την πώληση.

[ΣΕ ΟΛΟΥΣ]

Στις αρχικές μου ερωτήσεις θα σας ζητήσω την άποψη σας για τις δυσκολίες που μπορεί να συναντήσετε στις πωλήσεις σας ή στη διαφήμιση μέσα στην Ευρωπαϊκή Ένωση και για τις μελλοντικές σας προοπτικές.

1. Για να ξεκινήσουμε, θα λέγατε ότι η εταιρία σας ενδιαφέρεται περισσότερο να ενισχύσει τις διασυνοριακές πωλήσεις:.....

Ναι ή	1
Όχι	2
(ΔΓ/ΔΑ)	3

(α) από τότε που αναπτύχθηκε το Ίντερνετ και το ηλεκτρονικό εμπόριο μέσα στην Ευρωπαϊκή Ένωση	1	2	3
(β) από τότε που εισήχθησαν τα χαρτονομίσματα και τα κέρματα του Ευρώ στις 12 Ευρωπαϊκές χώρες	1	2	3

2. Ορισμένοι παράγοντες μπορεί ακόμα να σας προκαλούν ιδιαίτερη δυσκολία στην ανάπτυξη των πωλήσεων και της διαφήμισης στην Ευρωπαϊκή Ένωση
Για παράδειγμα (ΕΡΕΥΝΗΤΗ: ΑΝΕΦΕΡΕ ΤΑ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΘΕΜΑΤΑ ΜΕ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΗ ΣΕΙΡΑ ΚΑΘΕ ΦΟΡΑ): Θα λέγατε ότι η δυσκολία αυτή είναι:

πολύ σημαντική	1
σχεδόν σημαντική	2
σχεδόν μη σημαντική ή	3
καθόλου σημαντική στην ανάπτυξη των διασυνοριακών πωλήσεων και διαφήμισης;	4
(ΔΓ/ΔΑ)	5

(α) οι διαφορές στη γλώσσα	1	2	3	4	5
(β) τα διαφορετικά νομίσματα που κυκλοφορούν σε χώρες εκτός Ευρωζώνης, στη Δανία, τη Σουηδία και Ηνωμένο Βασίλειο	1	2	3	4	5
(γ) η ανάγκη για συμμόρφωση με διαφορετικούς εθνικούς κανονισμούς αναφορικά με εμπορικές πρακτικές, διαφήμιση και άλλους κανονισμούς προστασίας των καταναλωτών	1	2	3	4	5
(δ) η ανάγκη για συμμόρφωση με διαφορετικούς εθνικούς φορολογικούς κανονισμούς, ΦΠΑ και άλλους	1	2	3	4	5
(ε) ο υψηλότερος κίνδυνος απάτης και ανεξόφλητων πληρωμών στις διασυνοριακές σας πωλήσεις	1	2	3	4	5
(ζ) η μεγαλύτερη δυσκολία στην επίλυση διασυνοριακών παραπόνων και αντιδικιών	1	2	3	4	5
(η) η μεγαλύτερη δυσκολία στη διασφάλιση αποτελεσματικής εξυπηρέτησης μετά τις διασυνοριακές σας πωλήσεις	1	2	3	4	5

3. Κάποια μέτρα θα μπορούσαν να διευκολύνουν την ανάπτυξη των διασυνοριακών σας πωλήσεων και /ή της διαφήμισης μέσα στην ΕΕ
Για παράδειγμα (**ΕΡΕΥΝΗΤΗ: ΑΝΕΦΕΡΕ ΤΑ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΘΕΜΑΤΑ ΜΕ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΗ ΣΕΙΡΑ ΚΑΘΕ ΦΟΡΑ**): θα λέγατε ότι αυτό το μέτρο θα ήταν:....

Πολύ αποτελεσματικό	1
Σχεδόν αποτελεσματικό	2
Σχεδόν μη αποτελεσματικό, ή	3
Καθόλου αποτελεσματικό	4
(ΔΓ/ΔΑ)	5

στην διευκόλυνση των διασυνοριακών σας πωλήσεων και/ ή της διαφήμισης μέσα στην Ευρωπαϊκή Ένωση;

(α)	Καλύτερη πληροφόρηση στις εταιρίες για όλους τους κανονισμούς που σχετίζονται με την προστασία των καταναλωτών στις άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης	1	2	3	4	5
(β)	Αντικατάσταση των εναπομεινάντων εθνικών νομισμάτων με το Ευρώ: στη Δανία, Σουηδία και στο Ηνωμένο Βασίλειο	1	2	3	4	5
(γ)	Δημιουργία ανεξάρτητης διαιτησίας και συμβιβαστικών υπηρεσιών ικανών να ανταποκρίνονται σε διασυνοριακά παράπονα και διαμάχες	1	2	3	4	5
(δ)	Τήρηση ενός ευρωπαϊκού κώδικα καλής συμπεριφοράς και ως εκ τούτου συμμόρφωση με τους διαφορετικούς εθνικούς κανονισμούς που αφορούν την προστασία του καταναλωτή	1	2	3	4	5
(ε)	Εναρμόνιση των εθνικών κανονισμών σε σχέση με τη διαφήμιση, τις εμπορικές πρακτικές και άλλους κανονισμούς για την προστασία των καταναλωτών	1	2	3	4	5

[ΕΑΝ Η ΕΤΑΙΡΙΑ ΔΕΝ ΕΧΕΙ ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ ΣΕ ΑΛΛΕΣ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΕ: D2=0]

Θα ήθελα τώρα να κοιτάξουμε τις διασυνοριακές σας πωλήσεις μέσα στους τελευταίους 12 μήνες , σε ιδιώτες που κατοικούν σε άλλες Ευρωπαϊκές χώρες.

[ΕΑΝ Η ΕΤΑΙΡΙΑ ΕΧΕΙ ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ ΣΕ ΑΛΛΕΣ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΕ: D2>0]

Θα ήθελα τώρα να κοιτάξουμε τις διασυνοριακές σας πωλήσεις μέσα στους τελευταίους 12 μήνες , όπου ο καταναλωτής ζει σε διαφορετική Ευρωπαϊκή χώρα από το μέλος του ομίλου σας που έκανε την πώληση.

4. Από τις ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΑΣ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΙΝΤΕΡΝΕΤ σε καταναλωτές της ΕΕ, μπορείτε να εκτιμήσετε το ποσοστό των διασυνοριακών σας πωλήσεων;
[ΣΥΝ.: ΔΙΑΒΑΣΕ ΓΙΑ ΝΑ ΠΑΡΟΤΡΥΝΕΙΣ ΤΟΝ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟ ΝΑ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙ ΤΟ ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΚΟΜΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ, ΚΑΙ ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΕ ΤΟ ΑΠΟ ΚΑΤΩ]
[] [] [] % των πωλήσεων μέσω του Ιντερνετ σε καταναλωτές της ΕΕ κατά τη διάρκεια των τελευταίων 12 μηνών
[ΣΥΝ: ΕΑΝ ΔΓ/ΔΑ ΜΠΟΡΕΙΣ ΝΑ ΠΡΟΤΕΙΝΕΙΣ ΤΗΝ ΑΚΟΛΟΥΘΗ ΚΛΙΜΑΚΑ: Για να μπορούμε να έχουμε μια ιδέα του μεγέθους, ήταν: .. καθόλου;/... γύρω στο 1% ; ... 2% ;/ ... 3% ; /... 5% ; ./ .. 10% ; /... 15% ; / .. 20% ;/ ... 25% ; ... κλπ ...]
[ΕΑΝ ΔΕΝ ΚΑΝΕΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΜΕΣΩ ΙΝΤΕΡΝΕΤ : ---> ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΕ 888]
[ΕΑΝ ΔΓ/ΔΑ: ---> ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΕ 999]
5. Από τις ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΔΙΑ ΑΛΛΗΛΟΓΡΑΦΙΑΣ Ή ΜΕΣΩ ΤΗΛΕΦΩΝΟΥ σε καταναλωτές της ΕΕ, μπορείτε να εκτιμήσετε το ποσοστό των διασυνοριακών σας πωλήσεων;
[ΣΥΝ.: ΔΙΑΒΑΣΕ ΓΙΑ ΝΑ ΠΑΡΟΤΡΥΝΕΙΣ ΤΟΝ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟ ΝΑ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙ ΤΟ ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΚΟΜΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ, ΚΑΙ ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΕ ΤΟ ΑΠΟ ΚΑΤΩ]

[] [] [] % των πωλήσεων μέσω τηλεφώνου ή δια αλληλογραφίας στη διάρκεια των τελευταίων 12 μηνών

ΣΥΝ: ΕΑΝ ΔΓ/ΔΑ ΜΠΟΡΕΙΣ ΝΑ ΠΡΟΤΕΙΝΕΙΣ ΤΗΝ ΑΚΟΛΟΥΘΗ ΚΛΙΜΑΚΑ: Για να μπορούμε να έχουμε μια ιδέα του μεγέθους, ήταν: .. καθόλου;/... γύρω στο 1% ;... 2% ;/ ... 3% ;/... 5% ;/ .. 10% ;/... 15% ;/.. 20% ;/... 25% ; ... κλπ ...]

[ΕΑΝ ΔΕΝ ΠΟΥΛΑ ΤΙΠΟΤΑ ΜΕΣΩ ΤΗΛΕΦΩΝΟΥ Ή ΔΙΑ ΑΛΛΗΛΟΓΡΑΦΙΑΣ: ---> ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΕ 888]

[ΕΑΝ ΔΓ/ΔΑ : ---> ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΕ 999]

6. Και από τις πωλήσεις που γίνονται από ΤΟΥΣ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΟΥΣ ΣΑΣ που επισκέπτονται καταναλωτές, μπορείτε να εκτιμήσετε το ποσοστό των διασυννοριακών σας πωλήσεων;

[ΣΥΝ.: ΔΙΑΒΑΣΕ ΓΙΑ ΝΑ ΠΑΡΟΤΡΥΝΕΙΣ ΤΟΝ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟ ΝΑ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙ ΤΟ ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΚΟΜΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ, ΚΑΙ ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΕ ΤΟ ΑΠΟ ΚΑΤΩ]

[] [] [] % των πωλήσεων που έγιναν με επισκέψεις κατά τη διάρκεια των τελευταίων 12 μηνών

ΣΥΝ: ΕΑΝ ΔΓ/ΔΑ ΜΠΟΡΕΙΣ ΝΑ ΠΡΟΤΕΙΝΕΙΣ ΤΗΝ ΑΚΟΛΟΥΘΗ ΚΛΙΜΑΚΑ: Για να μπορούμε να έχουμε μια ιδέα του μεγέθους, ήταν: .. καθόλου;/... γύρω στο 1% ; ... 2% ;/ ... 3% ; /...5% ; ./ .. 10% ;/ ... 15% ;/.. 20% ;/...25% ; ... κλπ ...]

[ΕΑΝ ΔΕΝ ΠΟΥΛΑ ΤΙΠΟΤΑ ΜΕΣΩ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΩΝ ΣΕ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ: ---> ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΕ 888]

[ΕΑΝ ΔΓ/ΔΑ : ---> ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΕ 999]

7. Από τις ΛΙΑΝΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΑΣ ΣΕ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ, μπορείτε να εκτιμήσετε το ποσοστό των διασυννοριακών σας πωλήσεων;

[ΣΥΝ.: ΔΙΑΒΑΣΕ ΓΙΑ ΝΑ ΠΑΡΟΤΡΥΝΕΙΣ ΤΟΝ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟ ΝΑ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙ ΤΟ ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΚΟΜΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ, ΚΑΙ ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΕ ΤΟ ΑΠΟ ΚΑΤΩ]

[] [] [] % των λιανικών πωλήσεων σε καταστήματα κατά τη διάρκεια των τελευταίων 12 μηνών

ΣΥΝ: ΕΑΝ ΔΓ/ΔΑ ΜΠΟΡΕΙΣ ΝΑ ΠΡΟΤΕΙΝΕΙΣ ΤΗΝ ΑΚΟΛΟΥΘΗ ΚΛΙΜΑΚΑ: Για να μπορούμε να έχουμε μια ιδέα του μεγέθους, ήταν: .. καθόλου;/... γύρω στο 1% ; ... 2% ;/ ... 3% ;/...5% ; ./ .. 10% ;/... 15% ;/.. 20% ;/...25% ; ... κλπ ...]

[ΕΑΝ ΔΕΝ ΠΟΥΛΑ ΣΕ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ : ---> ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΕ 888]

[ΕΑΝ ΔΓ/ΔΑ : ---> ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΕ 999]

8. Τώρα, αθροίζοντας όλες τις πωλήσεις σε καταναλωτές, μπορείτε να εκτιμήσετε το ποσοστό των διασυννοριακών σας πωλήσεων σε τελικούς καταναλωτές;

[ΣΥΝ.: ΔΙΑΒΑΣΕ ΓΙΑ ΝΑ ΠΑΡΟΤΡΥΝΕΙΣ ΤΟΝ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟ ΝΑ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙ ΤΟ ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΚΟΜΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ, ΚΑΙ ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΕ ΤΟ ΑΠΟ ΚΑΤΩ]

[] [] [] % των συνολικών πωλήσεων σε καταναλωτές κατά τη διάρκεια των τελευταίων 12 μηνών

ΣΥΝ: ΕΑΝ ΔΓ/ΔΑ ΜΠΟΡΕΙΣ ΝΑ ΠΡΟΤΕΙΝΕΙΣ ΤΗΝ ΑΚΟΛΟΥΘΗ ΚΛΙΜΑΚΑ: Για να μπορούμε να έχουμε μια ιδέα του μεγέθους, ήταν: .. καθόλου;/... γύρω στο 1% ; ... 2% ;/ ... 3% ;/... 5% ;./ .. 10% ;/... 15% ; ./ .. 20% ;/ ... 25%;... κλπ ...]

[ΕΑΝ ΔΓ/ΔΑ : ---> ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΕ 999]

Ας μιλήσουμε τώρα για ΤΙΣ ΜΑΡΚΕΤΙΓΚ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΕΣ ΣΑΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ στους τελευταίους 12 μήνες.

9. Τι ποσοστό του συνολικού σας προϋπολογισμού για Μάρκετινγκ και Διαφήμιση προορίζεται για την προώθηση των διασυννοριακών σας πωλήσεων;

[ΣΥΝ.: ΔΙΑΒΑΣΕ ΓΙΑ ΝΑ ΠΑΡΟΤΡΥΝΕΙΣ ΤΟΝ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟ ΝΑ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙ ΤΟ

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΚΟΜΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ, ΚΑΙ ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΕ ΤΟ ΑΠΟ ΚΑΤΩ]
[] [] [] % προϋπολογισμού για Μάρκετινγκ και Διαφήμιση προς τους
«καταναλωτές»

ΣΥΝ: ΕΑΝ ΔΓ/ΔΑ ΜΠΟΡΕΙΣ ΝΑ ΠΡΟΤΕΙΝΕΙΣ ΤΗΝ ΑΚΟΛΟΥΘΗ ΚΛΙΜΑΚΑ: Για να μπορούμε να έχουμε μια ιδέα του μεγέθους, ήταν: .. καθόλου;/... γύρω στο 1%;... 2%;/ ... 3% ; / ... 5% ;/.. 10%;/... 15% ; . / .. 20% ;/ ... 25% ; ... κλπ ...]

[ΕΑΝ ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΔΙΑΣΥΝΟΡΙΑΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ : ---> ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΕ 0]

[ΕΑΝ ΔΓ/ΔΑ : ---> ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΕ 999]

10. Φανταστείτε τώρα ότι όλοι οι κανονισμοί που αφορούν τη διαφήμιση, τις εμπορικές πρακτικές και άλλοι κανονισμοί για την προστασία των καταναλωτών εναρμονίζονται απόλυτα μεταξύ των 15 χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Εάν αυτό συνέβαινε, κατά τη γνώμη σας, η αναλογία του προϋπολογισμού σας για το μάρκετινγκ και τη διαφήμιση για την ενίσχυση των διασυνοριακών σας πωλήσεων.....

[ΣΥΝ: ΔΙΑΒΑΣΕ ΤΙΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ]

(α)	Θα αυξανόταν πολύ	1
(β)	Θα αυξανόταν λίγο	2
(γ)	Δεν θα άλλαζε καθόλου	3
(δ)	Θα μειωνόταν λίγο	4
(ε)	Θα μειωνόταν πολύ	5
(στ)	ΔΓ/ΔΑ	6

11. Και εάν οι κανονισμοί για την προστασία των καταναλωτών εναρμονιζόντουσαν απόλυτα ανάμεσα στις 15 χώρες της ΕΕ, η αναλογία των διασυνοριακών σας πωλήσεων

[ΣΥΝ: ΔΙΑΒΑΣΕ ΤΙΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ]

(α)	Θα αυξανόταν πολύ	1
(β)	Θα αυξανόταν λίγο	2
(γ)	Δεν θα άλλαζε καθόλου	3
(δ)	Θα μειωνόταν λίγο	4
(ε)	Θα μειωνόταν πολύ	5
(στ)	ΔΓ/ΔΑ	6

***ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ ***

Δηλώνω υπεύθυνα ότι το πιο πάνω ονομαζόμενο άτομο ρωτήθηκε από μένα στις/..../02 και ώρα στη διεύθυνση που αναφέρεται, σύμφωνα με τις οδηγίες της ICAP, τον Κώδικα Δεοντολογίας της ESOMAR/ΣΕΔΕΑ καθώς και του ν. 2472/97

ΟΝΟΜΑ ΕΡΕΥΝΗΤ.....:

ΥΠΟΓΡΑΦΗ:

.....

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ

D1. ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ :

D2. ΟΝΟΜ/ΜΟ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ :

D3. ΘΕΣΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ :

D4. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ : **D5. ΤΗΛΕΦΩΝΟ :**

D6. ΠΕΡΙΟΧΗ :
