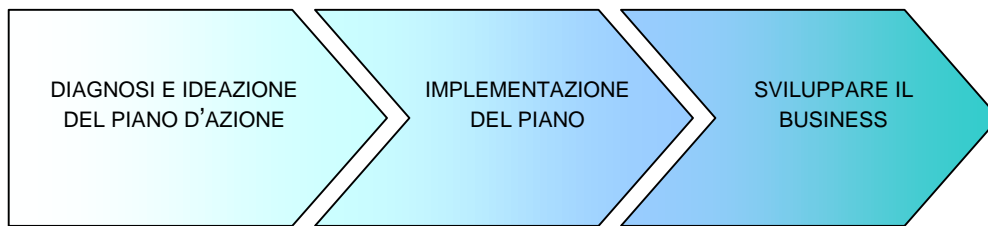


---

## CHECK UP COMPETITIVO

### IL PROCESSO ATTIVATO



#### FASE 1

#### Diagnosi e ideazione del Piano d'Azione (primo mese)

L'obiettivo di questa fase è produrre, al termine di un attento check up, un rapporto nel quale vengono indicate in dettaglio le azioni da compiere. Tale documento costituisce il programma di lavoro per il primo anno e consente di portare a regime l'attuale punto di vendita, massimizzandone la redditività.

Sono oggetto di approfondimento:

1. *Organizzazione del Lavoro e risorse umane*

- Regole interne di funzionamento
- Processi, metodi e orari di lavoro
- Analisi delle competenze attuali, delle competenze necessarie e piano di formazione
- Organico e distribuzione dei carichi di lavoro
- Struttura organizzativa e job description
- Attività di coordinamento e controllo

2. *Leve Commerciali*

- Comunicazione interna ed esterna al punto vendita
  - Assortimento
  - Prezzo
  - Promozioni
  - Organizzazione degli spazi in area vendita e in magazzino
  - Esposizione delle merci
-

### 3. *Livello di servizio*

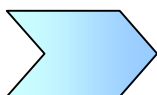
- Pre-vendita: giorni e orari di apertura, accoglienza del cliente
- Durante la vendita:
  - vendita diretta: presidio, consulenza, competenza e cortesia
  - vendita a self service: chiarezza espositiva e del prezzo di vendita, descrizione del prodotto, facilità di prelievo, assistenza del cliente su richiesta
- Post-vendita: consegna, trasporto, montaggio, assistenza in caso di malfunzionamenti

### 4. *Voci del conto economico e sistema di controllo di gestione*

- Vendite del punto vendita e per reparto
- Costo delle merci
- Differenze inventariali
- Margine del punto vendita e per reparto
- Costo del lavoro e sua incidenza sulle vendite
- Budget e confronto con lo storico
- Stock e giorni di rotazione
- Produttività per ora lavorata

Le attività previste in questa prima fase sono:

1. sopralluogo in zona per:
  - l'analisi di dettaglio sugli aspetti indicati
  - conoscenza del mercato locale (clienti e concorrenti)
2. stesura del report
3. riunione presso la sede del Cliente per la condivisione del report e gli eventuali aggiustamenti



## **FASE 2**

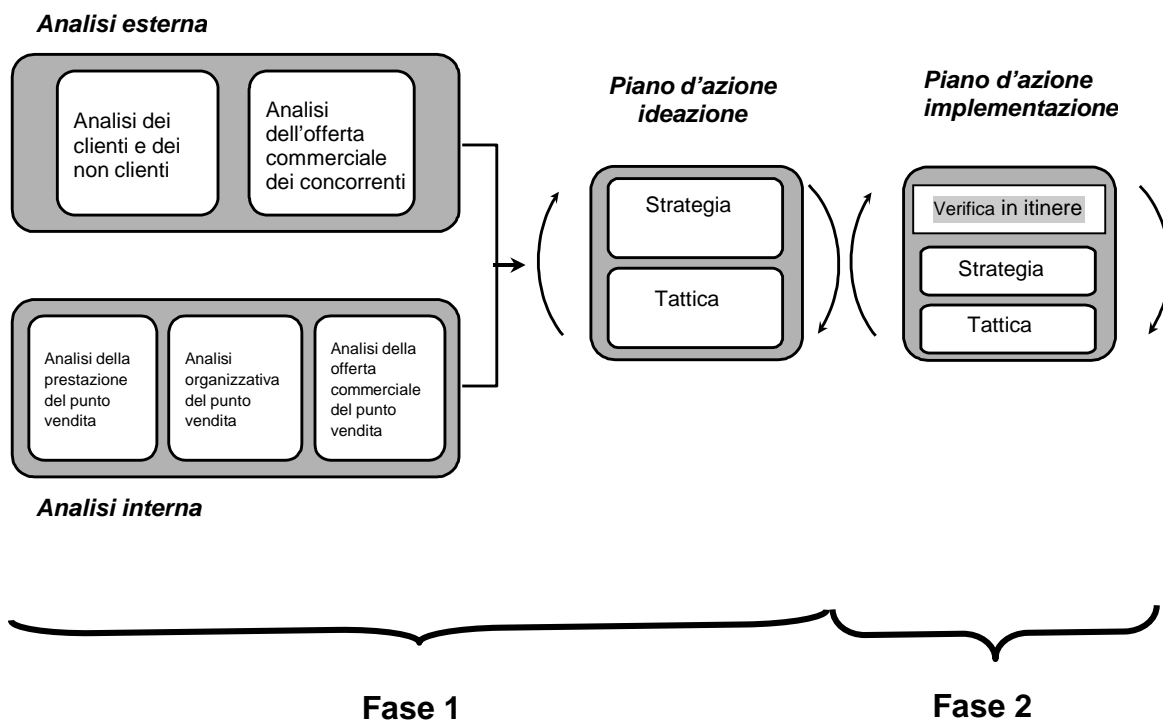
### **Assistenza all'implementazione del piano (primo anno)**

L'obiettivo di questa fase è aiutare il cliente nella realizzazione del piano.

L'assistenza offerta è di indirizzo, condivisione e identificazione delle scelte direzionali (non comprende quindi interventi di tipo tecnico / specialistico quali informatica, visual merchandising, comunicazione, selezione, formazione, legale, analisi di mercato) e si sostanzia nel supporto all'imprenditore nelle decisioni strategiche.

Le forme di collaborazione su aspetti specialistici sono concordate con specifiche intese; sono peraltro in corso collaborazioni con altri consulenti o società su: information technology, comunicazione esterna, visual merchandising per il mobile, con i quali possiamo integrarci e collaborare.

Il processo logico proposto per le fasi 1 e 2, codificato e sperimentato in numerose occasioni, può essere così rappresentato:



### **FASE 3** **Sviluppare il business (secondo anno)**

L'obiettivo di questa fase è pianificare lo sviluppo attraverso l'individuazione di nuovi canali e/o nuovi punti di vendita e la ricerca degli eventuali finanziamenti necessari (venture capital).

Alcune idee da sviluppare e da condividere con l'imprenditore (anche in funzione della decisione di dedicarsi anche alla vendita al dettaglio) sono:

- apertura di nuovi punti di vendita in proprietà;
- sviluppo del canale franchising;
- creazione di una rete di venditori;
- realizzazione di vendite tramite internet.