

Il Business Plan

3: Prodotto e processo

Cinzia Dessì



Prodotto e Processo:

descrizione fisica del prodotto e del processo di trasformazione

Si deve trasferire tipicità e sequenza logica.

La sua lunghezza dipende dalle caratteristiche del
prodotto/servizio

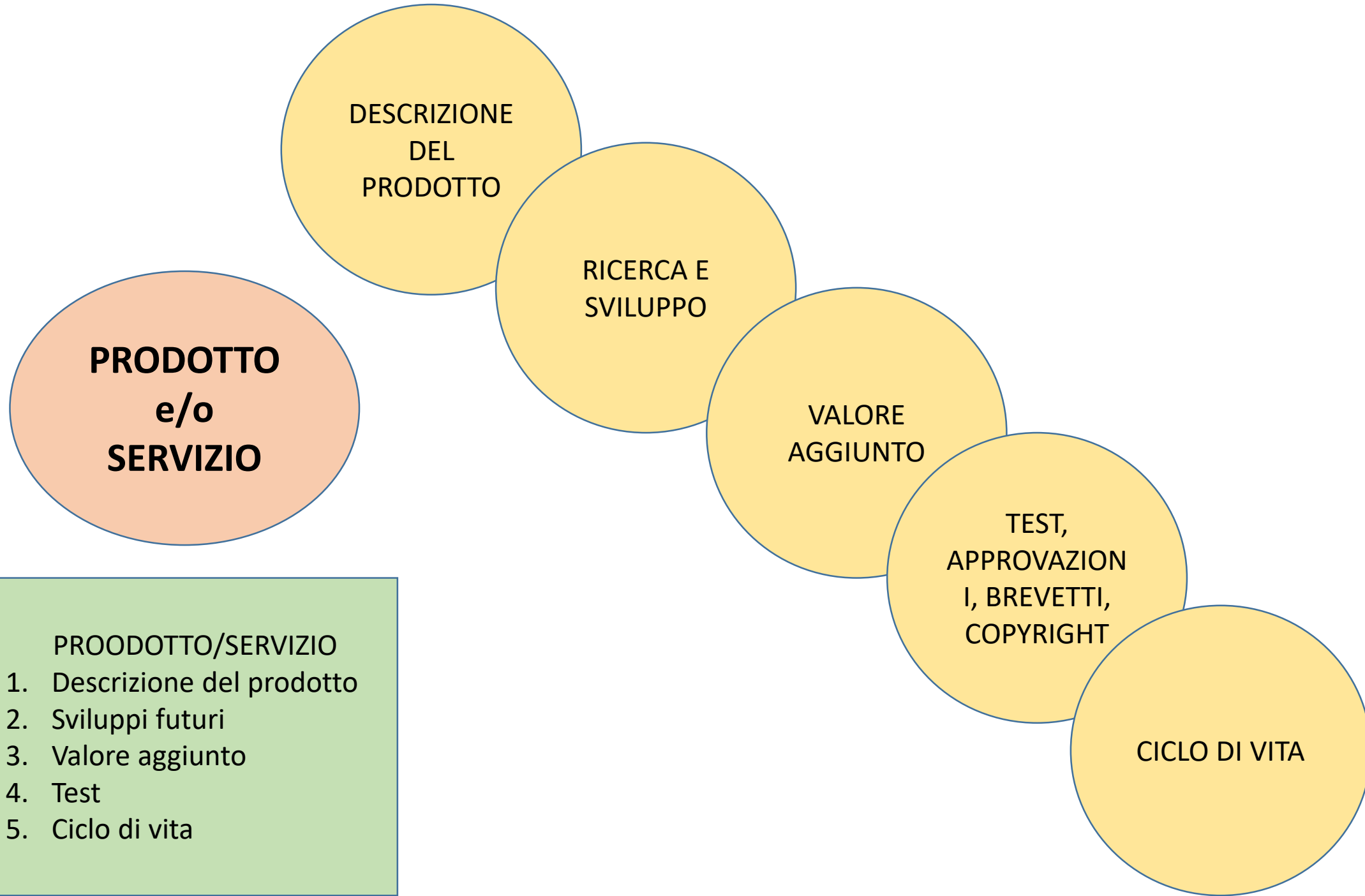
- Area estremamente importante
- Descrizione fisica del prodotto e suoi benefici
 - Descrizione del processo
 - E' un flusso di lavoro

Descrizione del PRODOTTO/SERVIZIO

- Identificare la natura del prodotto/servizio
- Sottolineare le caratteristiche in termini di differenziazione rispetto a prodotti/servizi simili
- Fase del ciclo di vita del prodotto/servizio

Descrizione del PROCESSO

- Processo: sequenza logica di tutte le azioni per conseguire l'obiettivo prefissato trasformando un input (risorse) in output (prodotto/servizio)
- Per processo si intendono tutte le attività definite «operations»



PROCESSO

LOCALIZZAZIONE
DELL'ORGANIZZ
AZIONE

ATTIVITA'
REALTIVA ALLA
PRODUZIONE E
LAYOUT

SUPPLY CHAIN

CONTROLLO
DEGLI
INVENTARI

CONTROLLO
DELLA
QUALITA'

CUSTOMER
SERVICE

Domande chiave da porsi

- Quale è il tipo di prodotto e a che cosa serve?
- Prodotto di necessità o di piacere?
- Come soddisfa le necessità del consumatore?
- Caratteristiche che lo distinguono?
- Durata del prodotto
- Ciclo di vita e in che fase si trova
- Quanti capitali/mano d'opera richiede?
- Quale è il processo di produzione?
- Da che materiali è composto?
- Come è gestita la supply chain?
- Quanti sono i clienti?
- Quante persone/macchinari sono coinvolti nel processo?
- Esistono brevetti/copyright?
- Quali sono i traguardi ottenuti in ricerca e sviluppo?
- Chi sono le persone chiave della ricerca?
- Quali sono i test/esperimenti?
- Quanto pesano gli investimenti in macchinari/attrezzature per ogni processo?
- Quali sono le differenze del prodotto rispetto alla concorrenza?
- Quale è il vantaggio competitivo del prodotto e del processo?
- Quali sono i processi di controllo e prevenzione della qualità?
- Quali sono i processi di controllo e gestione dei magazzini?

Studio di caso:

Hotel del Mare

Tratto da:

BUSINESS PLAN: CASI PRATICI

A. Ferrandina

IPSOA, 2015, IV Edizione

Prodotto/Servizio

Descrizione del prodotto

Prodotto/Servizio

Il soggiorno presso l'Hotel del Mare consentirà alle famiglie con bambini una vacanza serena, divertente e senza problemi.

Le camere saranno attrezzate per ospitare bambini di tutte le età.

Il servizio di ristorazione verrà ripensato e adattato alle esigenze dei più piccoli, sia per i cibi offerti, sia per le modalità di erogazione (orari, logistica, attrezzature, ecc.).

Il personale avrà una massima cura degli ospiti. Per i bambini saranno attrezzati degli ambienti interni ed esterni alla struttura e verranno organizzati specifici momenti di animazione.

L'albergo sarà aperto nel periodo Maggio-Settembre per un totale di 117 giorni lavorativi.

La struttura è dotata di 37 camere per un totale di 110 posti letto.

Prodotto/Servizio

Sviluppi futuri (ricerca e sviluppo)

Valore aggiunto

Ciclo di vita

Localizzazione dell'organizzazione

PROCESSO

customer service (customer care)

Inoltre, vantaggi significativi possono derivare dall'adozione di strategie di marketing orientate alla «fidelizzazione» della clientela. L'impiego di strumenti come la fidelity card, con la quale possono essere riservati sconti e servizi aggiuntivi al cliente che tende a ritornare nello stesso esercizio o ad usufruirne di altri appartenenti ad un medesimo gruppo o catena, rappresenta a questo riguardo una opzione sempre più diffusa.