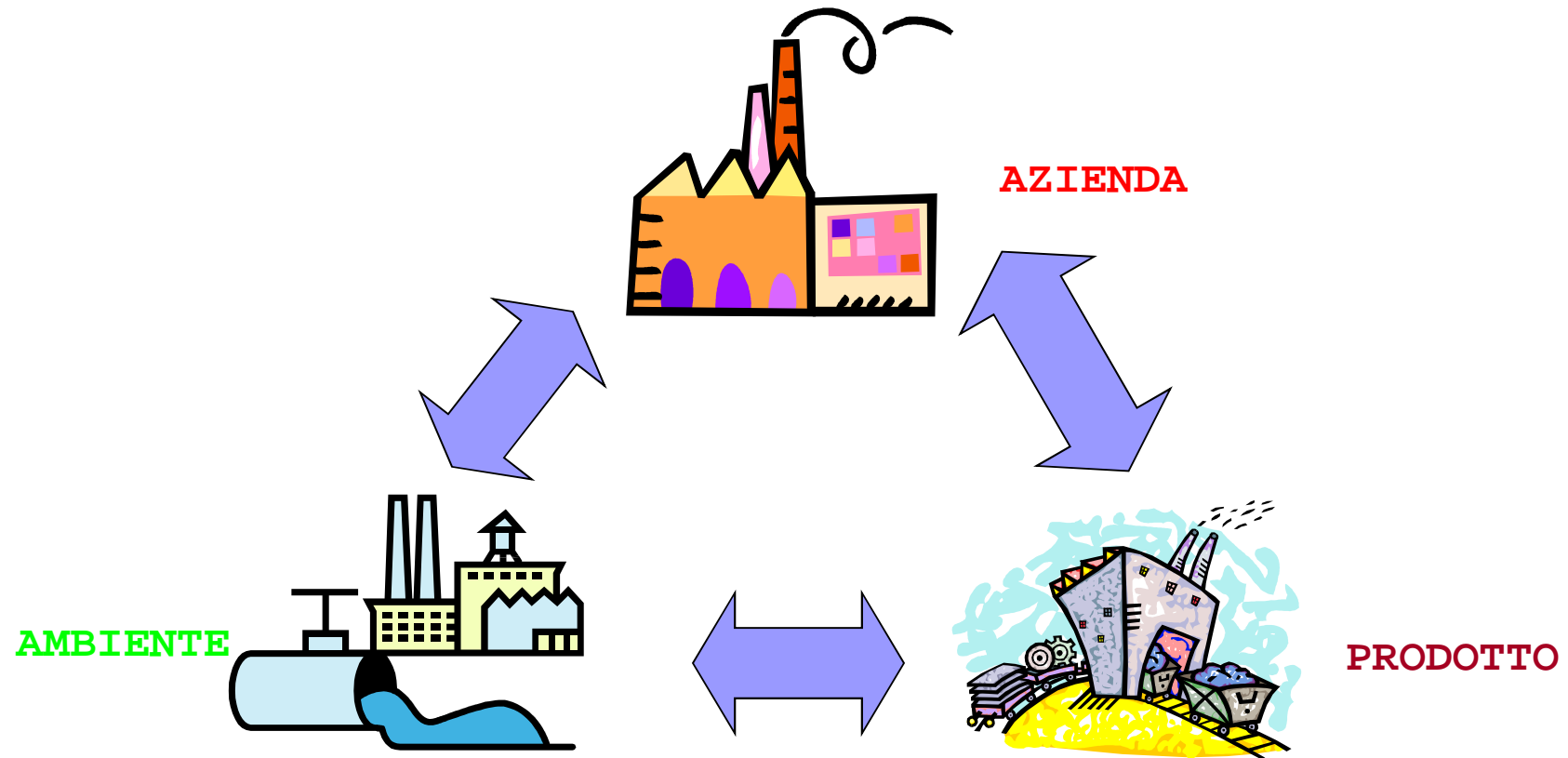




**L'AZIENDA:
UN MONDO DOMINATO DAI
RISULTATI**

IL CIRCOLO AZIENDALE

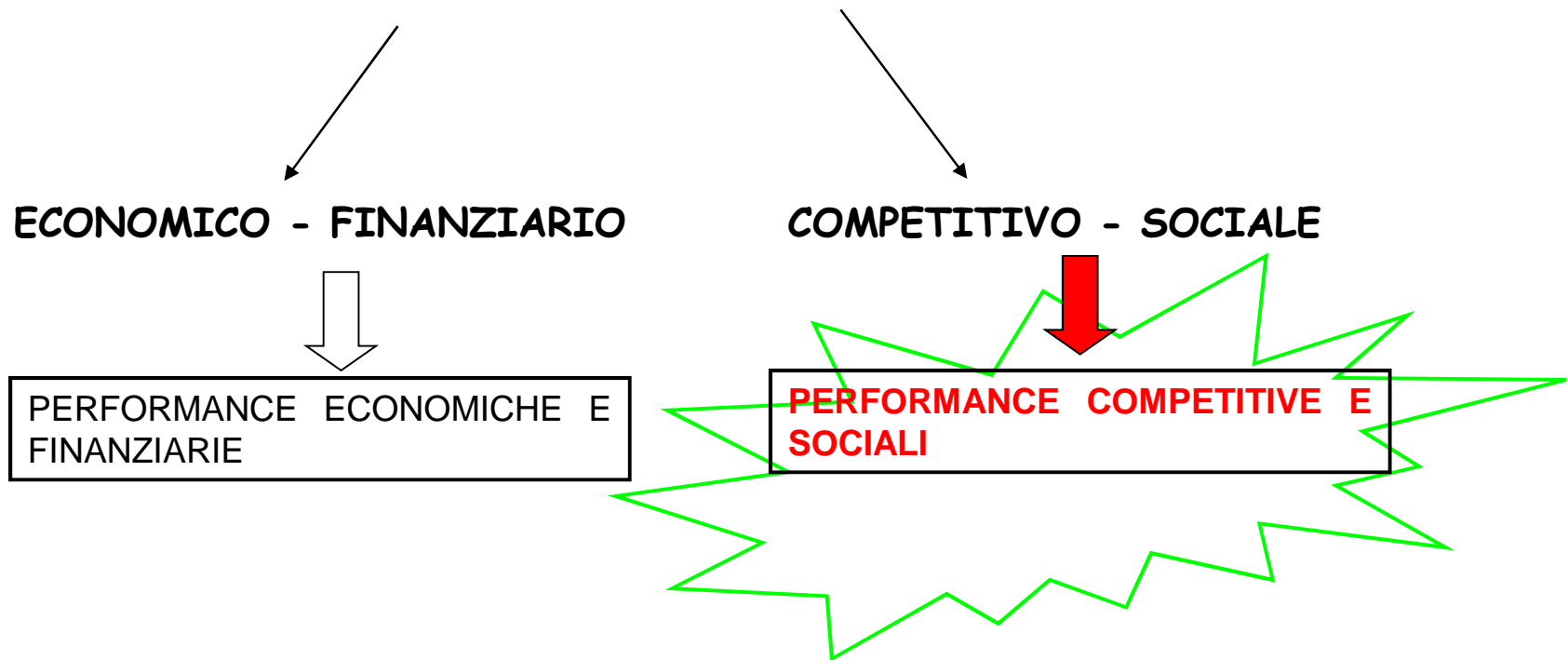


IL PROFILO D' IMPRESA



PERFORMANCE = RISULTATO

1. È conseguenza di ciò che un'impresa fa (processo produttivo) e ciò che realizza (vendita) attraverso l'organizzazione interna che si serve dei lavoratori dipendenti che eseguono i processi produttivi.
2. La **Performance** può essere misurata sotto due punti di vista fondamentali





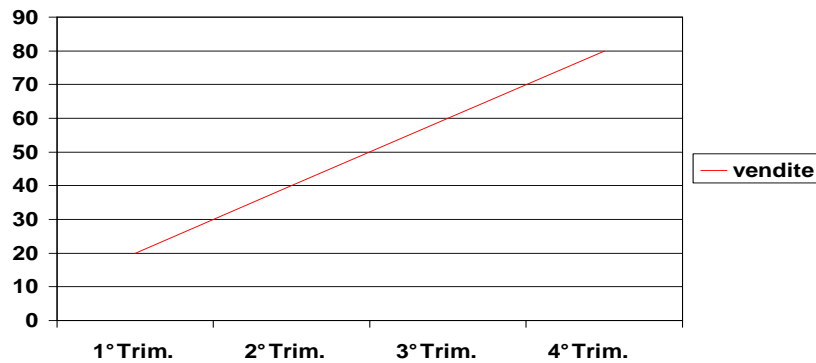
PERFORMANCE COMPETITIVE = I RISULTATI OTTENUTI DALLA NOSTRA AZIENDA CONFRONTATI CON QUELLI DEI CONCORRENTI

1. La quota di mercato
2. La notorietà dell'azienda e del prodotto
3. La copertura della distribuzione ed il rispetto del tempo di «consegna»
4. La soddisfazione del cliente
5. Il grado di fidelizzazione del cliente
(= fare in modo che il cliente venga sempre nella nostra azienda a fare i suoi acquisti per quel tipo di beni)

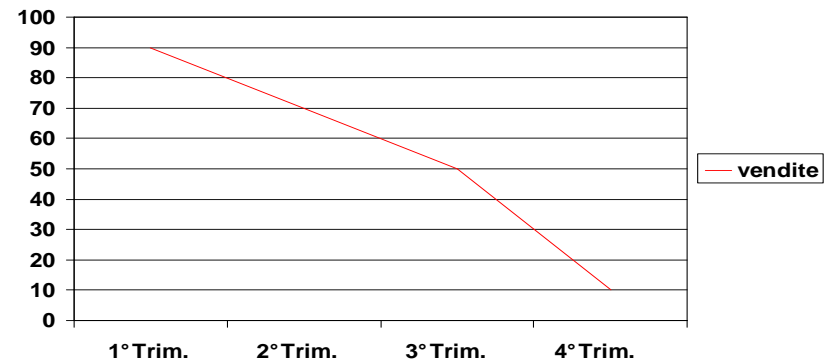


ESEMPI DI PERFORMANCE SULLE VENDITE

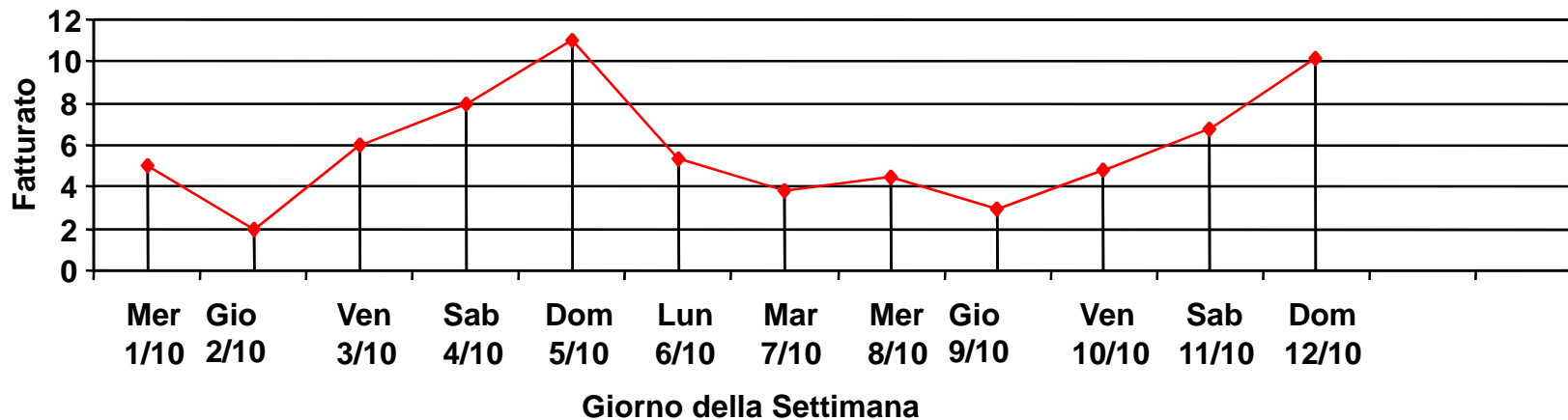
Andamento vendite altamente desiderabile

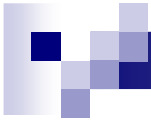


Andamento vendite totalmente non desiderabile

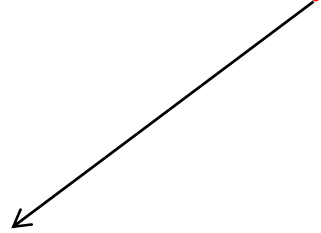


Vendite Giornaliere - Situazione reale

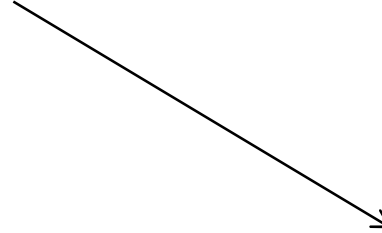




LA QUOTA DI MERCATO



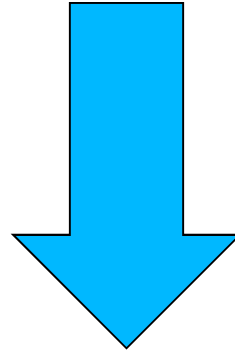
RISPETTO ALLE VENDITE



RISPETTO ALLA SUPERFICIE DI VENDITA



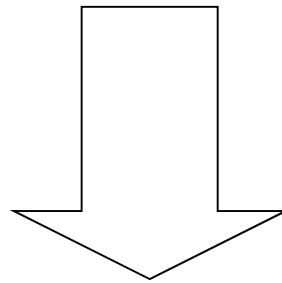
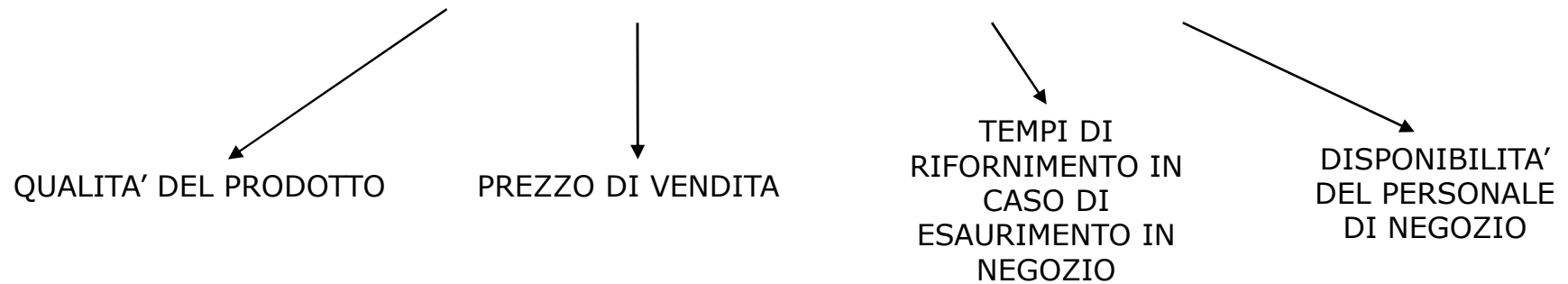
La notorietà dell'azienda e del prodotto



**OTTENERE DAI MEDIA (STAMPA, TV, RADIO,...)
PUBBLICITA' POSITIVA**



LA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE



FIDELIZZAZIONE DEL CLIENTE

E

PASSAPAROLA FAVOREVOLE



PERFORMANCE SOCIALI = COSA PENSANO «GLI ALTRI» DELLA NOSTRA AZIENDA

- 1) Il consenso raggiunto dall'azienda nel mercato;
- 2) L'immagine aziendale diffusa dai media;
- 3) L'affidabilità raggiunta nei confronti dei
"terzi" (fornitori, banche, azionisti,...);
- 4) L'opinione dei dipendenti sul prodotto.

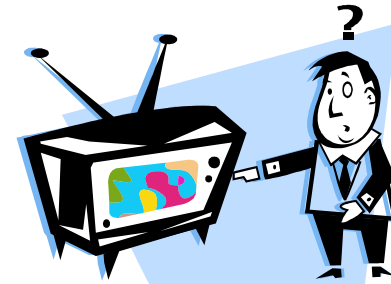
L'immagine aziendale diffusa dai media



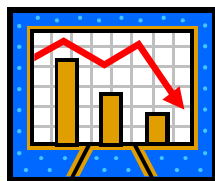
GIORNALI/RIVISTE



RADIO



TELEVISIONE



INSUCCESSO



SUCCESSO



VEDI CASO GRUPPO COIN S. P. A. 2006



COME SI MISURANO LE PERFORMANCE?

MEDIANTE IL BILANCIO E LE RELATIVE ANALISI

MEDIANTE UN SISTEMA PREMIO/PUNIZIONE