



Università di Udine
Dipartimento di Ingegneria Elettrica,
Gestionale e Meccanica

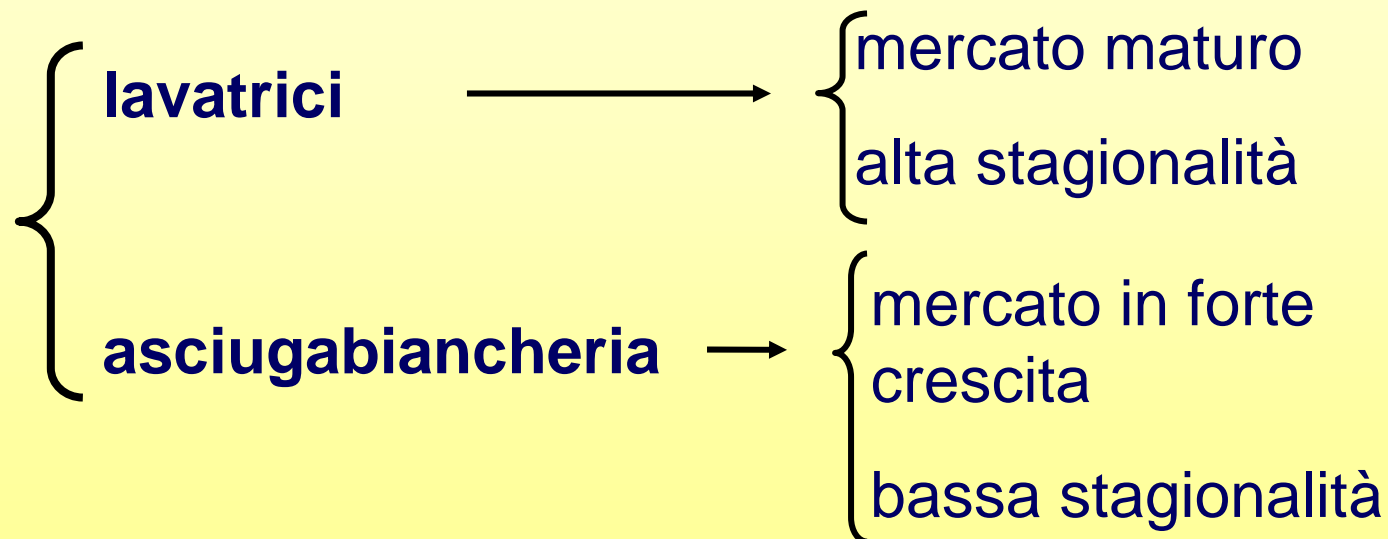
The Business Game

GUIDA STRATEGICA

Scenario ELETTRDOMESTICI

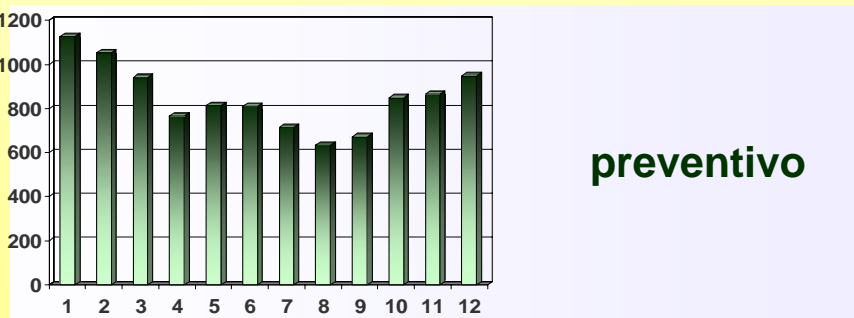
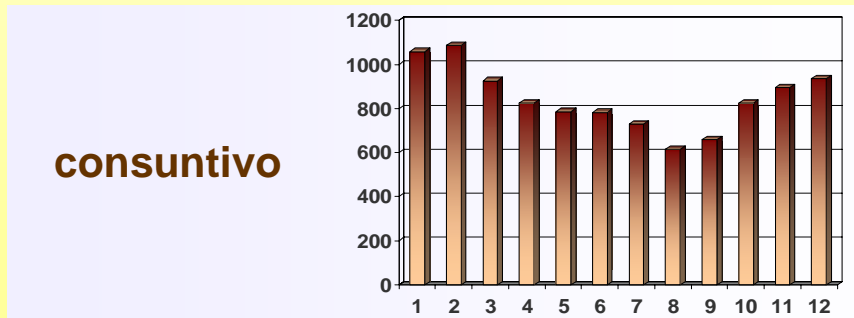
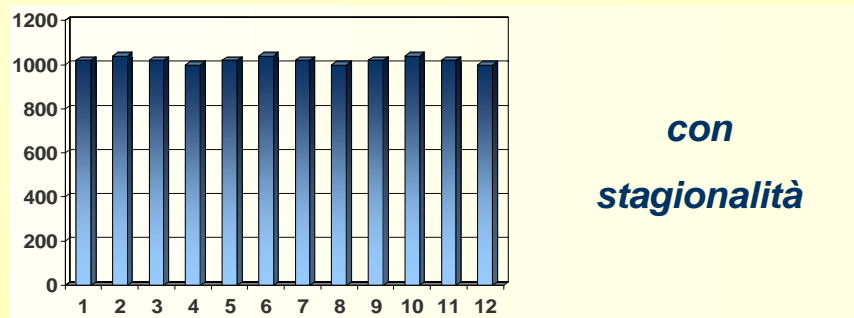
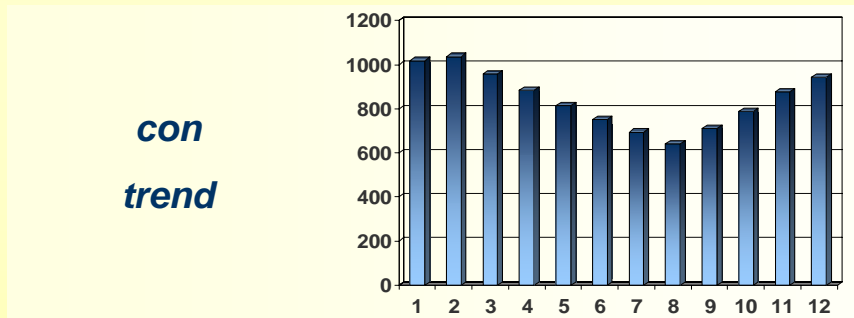
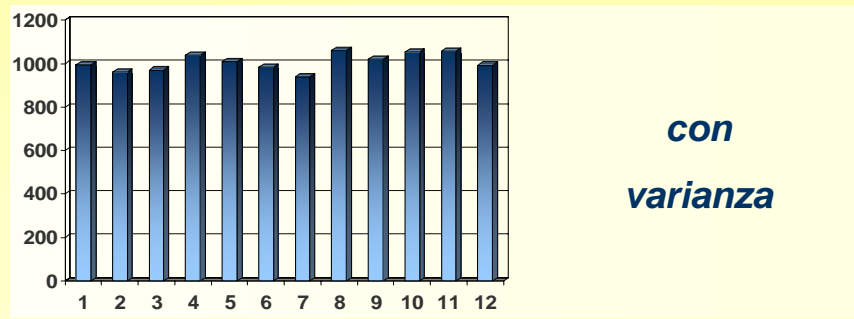
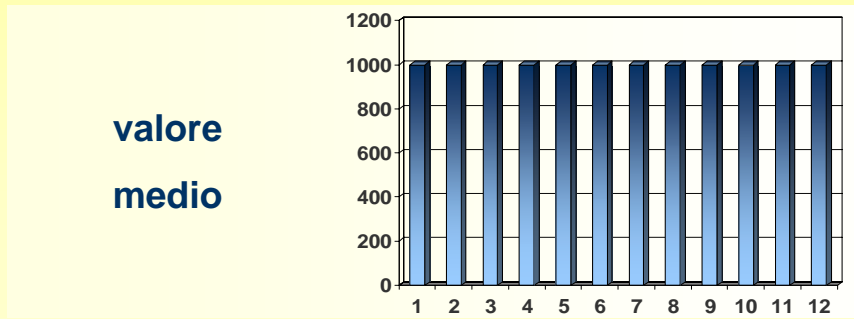
SCENARIO = un set di *parametri* in grado di particularizzare il modello allo specifico mercato in esame

scenario ELETTRDOMESTICI = la particularizzazione del modello al mercato delle *lavatrici* e delle *asciugabiancheria* [da un'analisi di mercato svolta presso la Electrolux Zanussi S.p.A.]



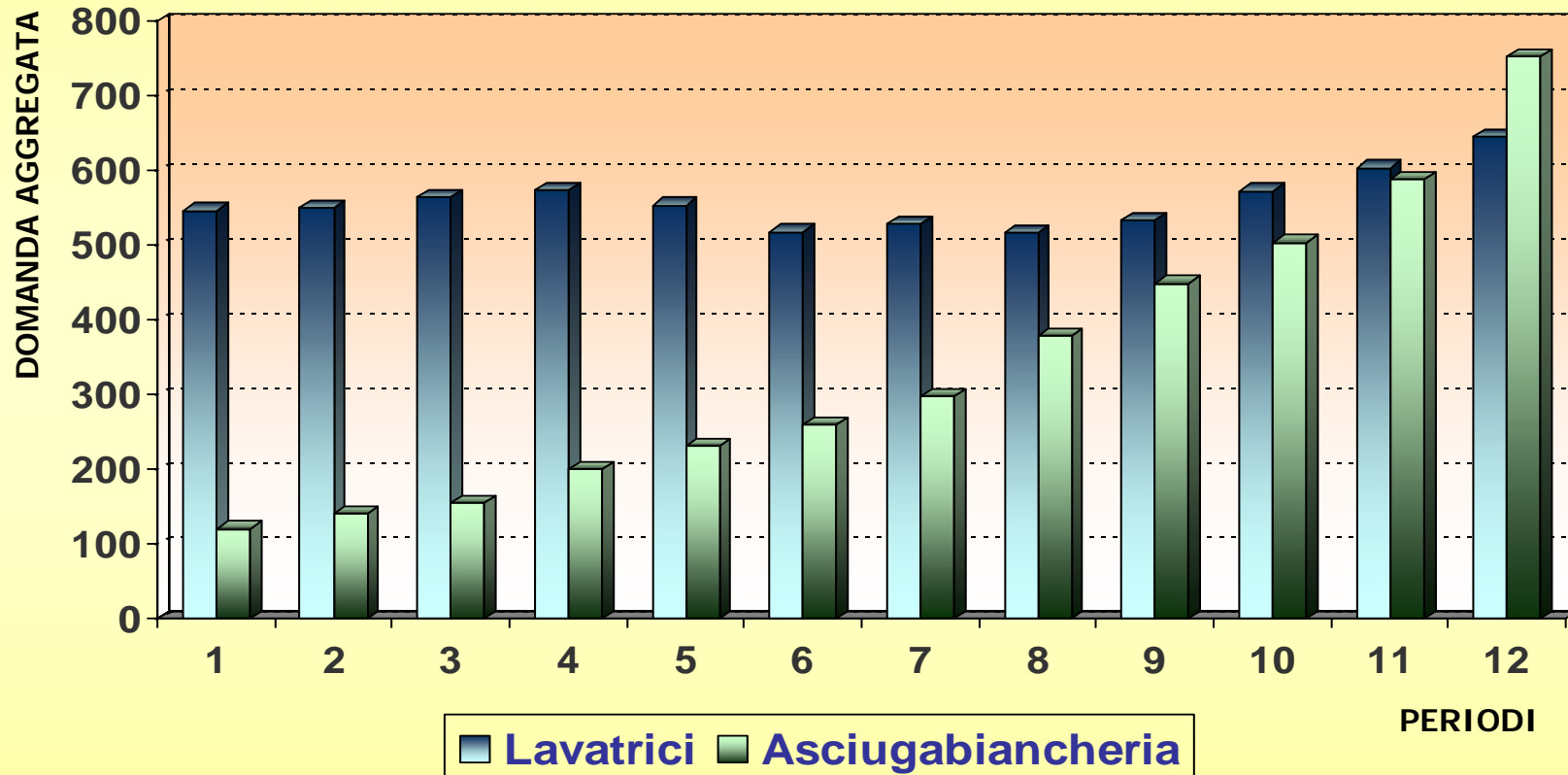
Scenario ELETTRDOMESTICI

SIMULAZIONE DELLA DOMANDA



Scenario ELETTRODOMESTICI

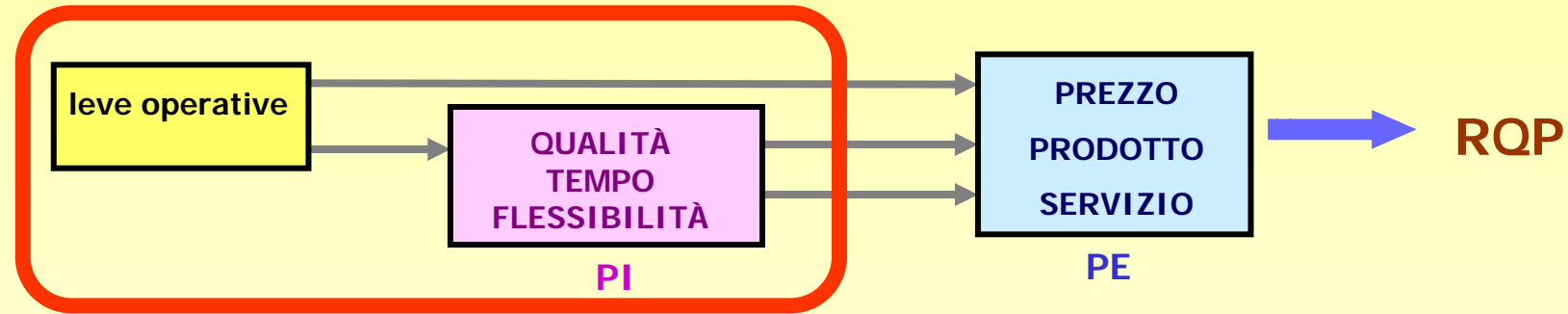
SIMULAZIONE DELLA DOMANDA



- il mercato delle lavatrici è *saturo*;
- il mercato delle asciugabiancheria è *in forte espansione*.

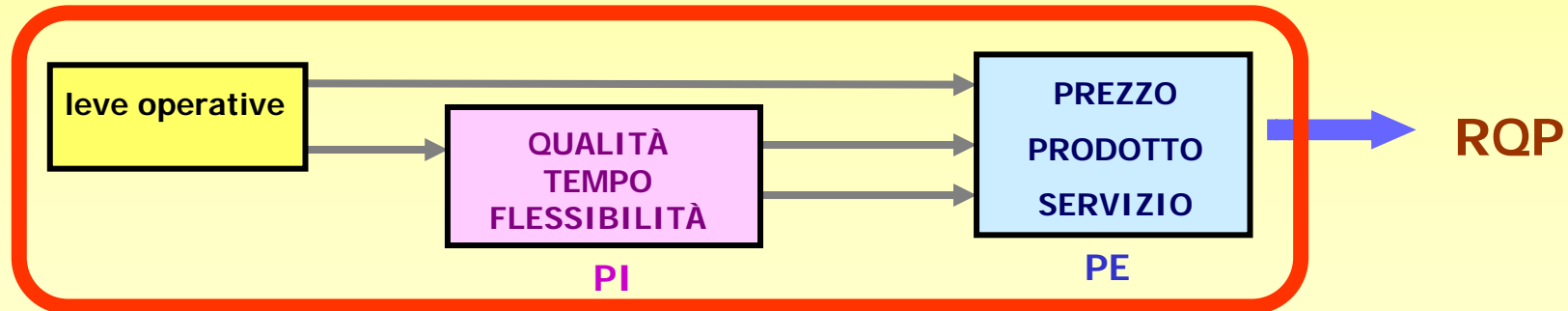
Scenario ELETTRDOMESTICI

ASPETTI QUALITATIVI



Scenario ELETTRODOMESTICI

ASPETTI QUALITATIVI



PRODOTTO



SERVIZIO



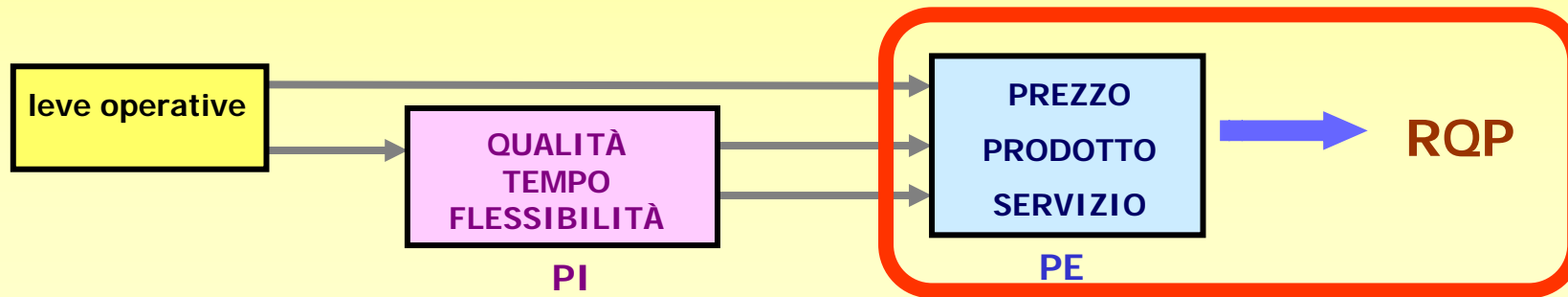
PREZZO



Scenario ELETTRODOMESTICI

7

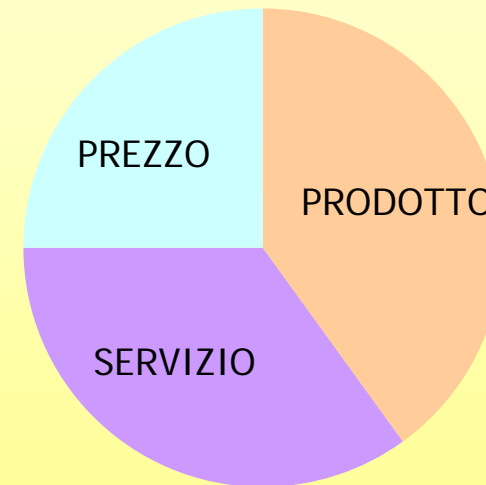
ASPETTI QUALITATIVI



Lavatrici



Asciugabiancheria



Scenario ELETTRDOMESTICI

PARAMETRI DI PRODUZIONE

- **manutenzione nominale**
 - linee manuali → **410 (mila) €**
 - linee semiautomatiche → **520 (mila) €**
 - linee automatiche → **650 (mila) €**
- **personale nominale**
 - linee manuali → **770**
 - linee semiautomatiche → **600**
 - linee automatiche → **450**
- **costo personale**
 - tempo indeterminato → **5200 €/trimestre**
 - stagionale → **5700 €/trimestre**
 - interinale → **6200 €/trimestre**
- **80% dei costi sostenuto dai componenti**
- **capitale sociale iniziale** → **15500 (mila) €**

Esempio applicativo

- Scenario: **ELETTRODOMESTICI**
- Orizzonte Temporale: **3 anni** divisi in 12 periodi o trimestri.

Product S.p.A. Punta alla **qualità** interna dell'azienda e dunque alla qualità esterna di prodotto; forte di questa decisione è pronta a rischiare presentandosi sul mercato con prezzi decisamente più alti rispetto alla concorrenza.

Service S.p.A. Insegue l'efficienza interna in termini di **flessibilità** e **tempo**, riuscendo a fornire un prodotto altamente competitivo in quanto a servizio ed assistenza post-vendita.

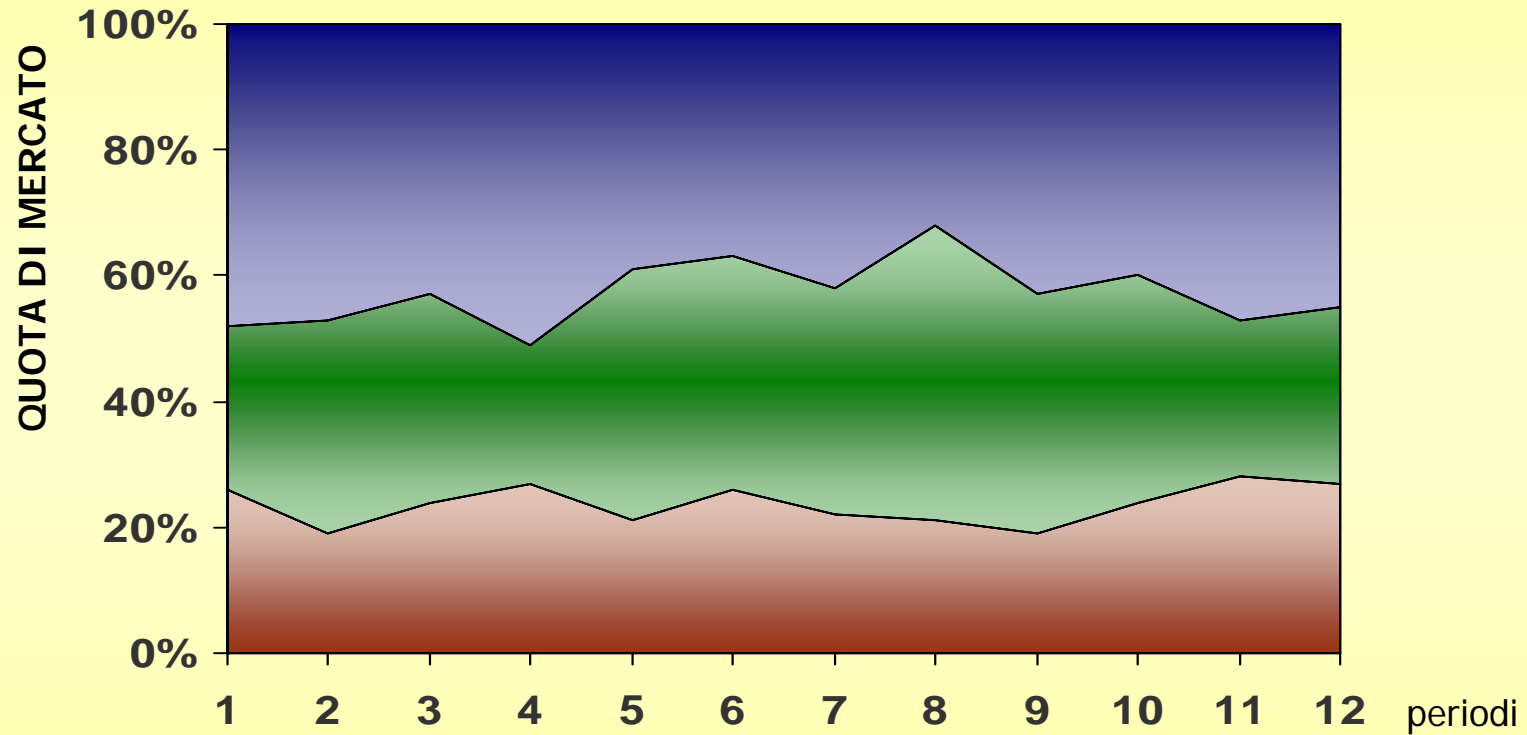
Price S.p.A. La sua missione è la leadership di **costo**; il management è convinto che il consumatore non farà caso alle carenze estetico-funzionali del prodotto a fronte di un prezzo decisamente abbordabile.

Esempio applicativo

LEVA DI INTERVENTO	<i>Product S.p.A.</i>	<i>Service S.p.A.</i>	<i>Price S.p.A.</i>	<i>unità</i>
<i>modalità di risposta</i>	MTO	ATO	MTS	-
<i>prezzo medio</i>	370	320	250	euro
<i>promozione & pubblicità</i>	1900	1600	1250	mille
<i>flessibilità linee</i>	gamma limitata	ampia gamma	dedicate	-
<i>automazione impianti</i>	semiautomatici	manuali	automatici	-
<i>dimensionamento lotto</i>	a fabbisogno	a fabbisogno	lotti economici	-
<i>capacità produttiva</i>	0%	20%	0%	-
<i>fornitori per codice</i>	uno	due	molti	-
<i>affidabilità fornitori</i>	buona	ottima	discreta	-
<i>assistenza post-vendita</i>	1800	2200	1500	mille
<i>straordinari</i>	10%	20%	0%	-
<i>coprogettazione</i>	sì	no	no	-
<i>design & tecnologia</i>	2200	1800	1500	mille
<i>gamma di prodotto</i>	3 X 5	8 X 4	2 X 2	-

Esempio applicativo

SUCCESSO COMPETITIVO



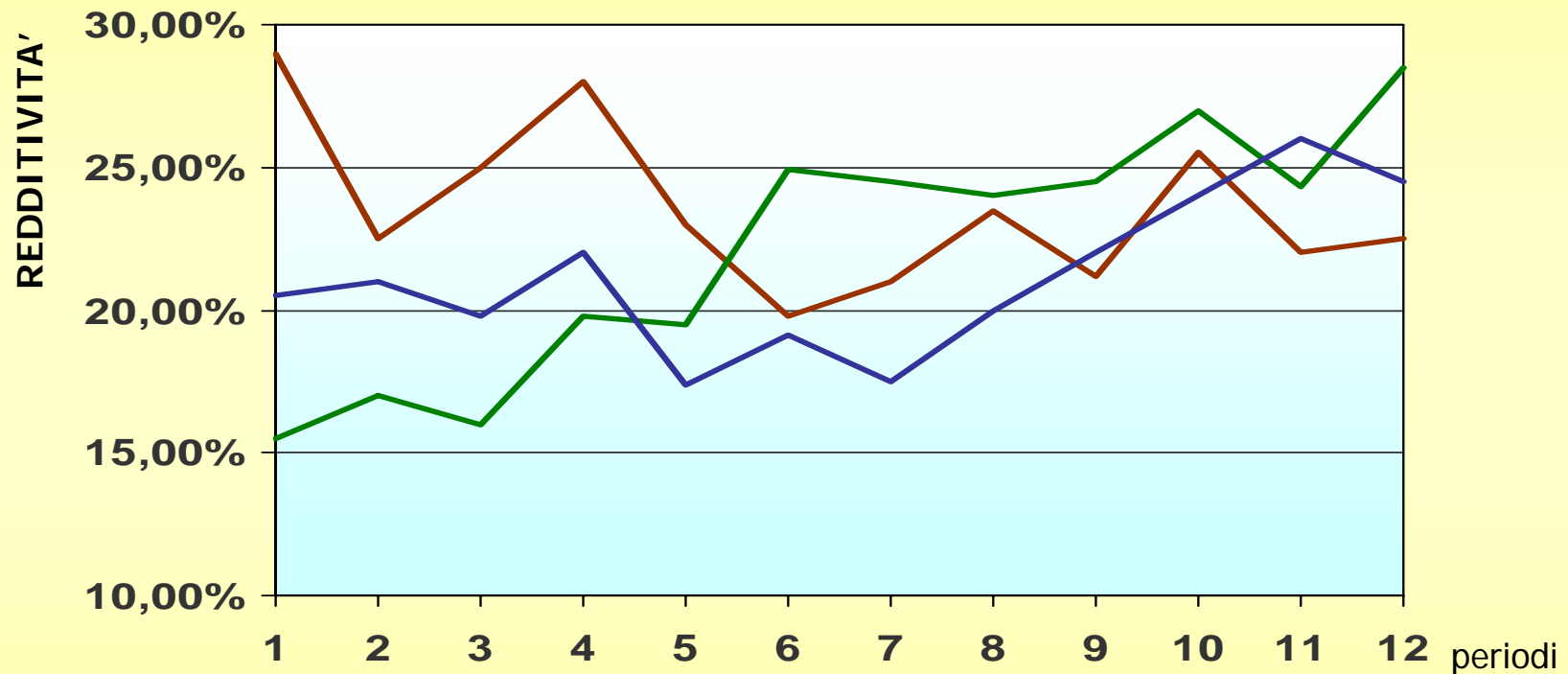
Price S.p.A. leader di mercato

Service S.p.A. flessibilità; colma le mancanze degli avversari

Product S.p.A. posizione di nicchia

Esempio applicativo

SUCCESSO REDDITUALE



Product S.p.A. redditività immediata; col tempo soffre dell'incapacità di adattare il proprio impianto al mercato

Service S.p.A. cauta, ma segue il trend del mercato

Price S.p.A. scarso margine iniziale, ma recupera aumentando le vendite

Strategie di gioco

CREAZIONE DI UNA STRATEGIA



Strategie di gioco

CREAZIONE DI UNA STRATEGIA

5 profili strategici attualmente creati:

DISCOUNT

leader di costo, bassi investimenti, bassa penetrazione di mercato

TOP LINE

miglior rapporto qualità-prezzo di fascia alta, alti investimenti, prezzi elevati ma scarso margine

INNOVATORE

alti **investimenti in design**, pubblicità, tecnologia, prestazione di tempo

NICCHIA

leader nella differenziazione: alta qualità, flessibilità, gamma, prezzi elevati con elevato margine

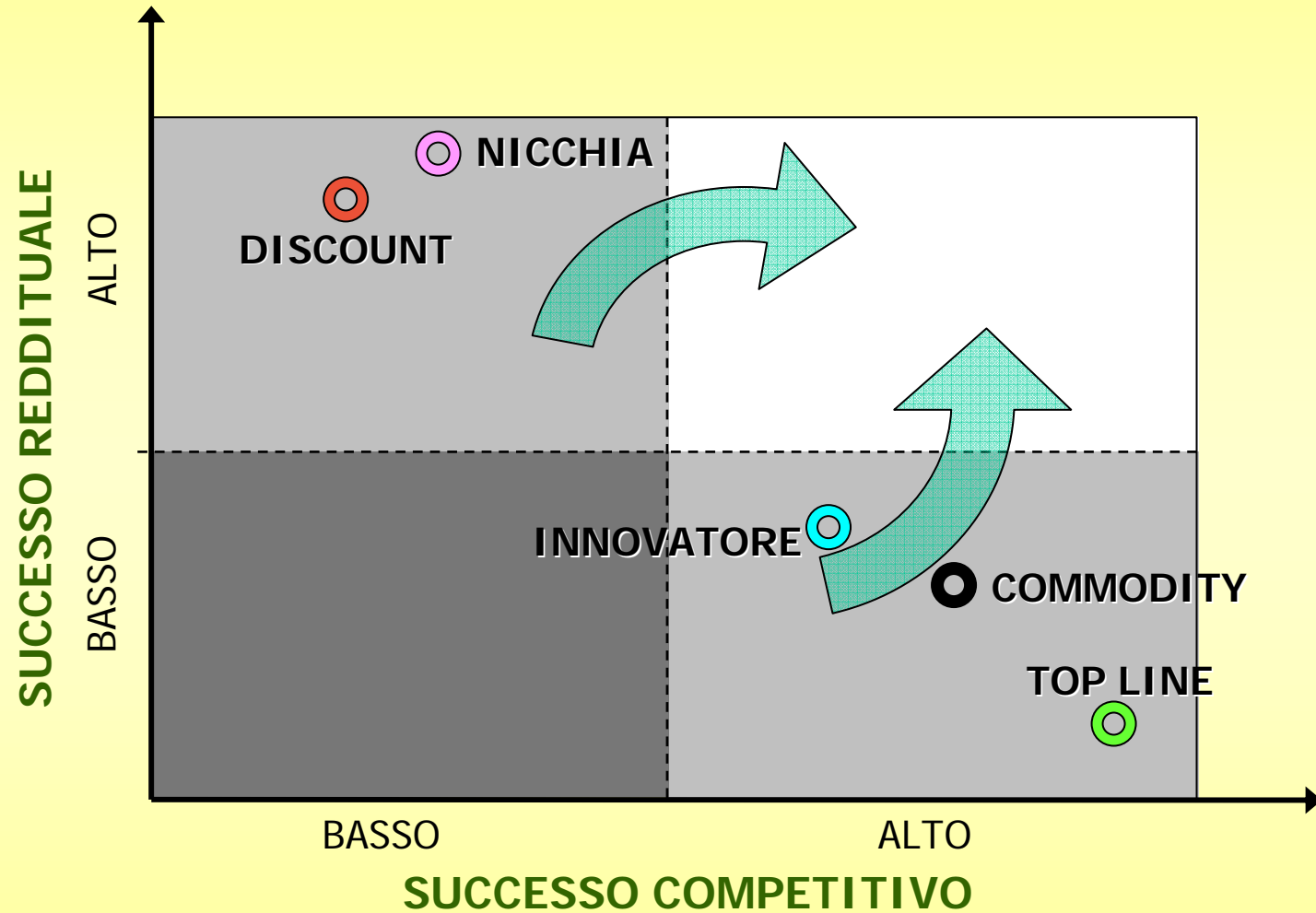
COMMODITY

minimizzazione dei costi ma attenzione alla **qualità** di prodotto, alti volumi, prezzi medio-bassi

Strategie di gioco

LEVA DI INTERVENTO	<i>Discount</i>	<i>Top Line</i>	<i>Innovatore</i>	<i>Nicchia</i>	<i>Commodity</i>
<i>modalità di risposta</i>	MTS	ATO	MTS	MTO	MTS
<i>marginie di profitto</i>	alto	basso	medio-basso	medio-alto	medio-alto
<i>promozione & pubblicità</i>	basso	alto	molto alto	molto basso	medio
<i>flessibilità linee</i>	dedicate	ampia gamma	gamma limitata	ampia gamma	dedicate
<i>automazione impianti</i>	automatici	automatici	semiautomatici	semiautomatici	automatici
<i>dimensionamento lotto</i>	lotti economici	a fabbisogno	a fabbisogno	a fabbisogno	misto
<i>capacità produttiva</i>	bassa	molto alta	media	molto alta	molto alta
<i>fornitori per codice</i>	molti	due	due paralleli	due	due paralleli
<i>affidabilità fornitori</i>	discreta	ottima	buona	buona	discreta
<i>assistenza post-vendita</i>	bassa	alta	alta	molto alta	alta
<i>straordinari</i>	no	no	bassa	media	no
<i>design & tecnologia</i>	molto basso	molto alto	molto alto	alto	medio
<i>volume di gamma</i>	basso	alto	medio	alto	basso

Strategie di gioco



COLLOCAZIONE DEI PROFILI RISPETTO AGLI OBIETTIVI DI GIOCO