

ANAGRAFICA AZIENDALE
Protocollo n. 75
Caratteristiche strutturali dell'impresa

Prodotto e/o servizio principale realizzato dall'impresa	Manutenzione fabbricati e aree verdi
Fatturato 2016	€ 830.000
Totale titolari e soci	2
Totale Addetti 2016	28
Certificazioni in possesso (es. UNI9001:2008, ecc.)	

Numero di addetti con le seguenti caratteristiche presenti nell'intera azienda:

	N.
Donne	9
Stranieri	2
Under 35	2

Numero di addetti con le seguenti tipologie di contratto presenti nell'intera azienda:

	N.
Contratto TI	22
Contratto TD	4
Apprendistato	0
Altre forme	2

Numero di addetti che si occupano di:

Gestione amministrativa	1
Gestione commerciale	1
Produzione/erogazione del servizio	24
Gestione magazzino	0
Gestione sistema qualità	1
Gestione risorse umane	1
Altro	0

Numero medio di tirocinanti impiegati nell'ambito dell'attività dell'impresa nell'arco di un anno: 0

LETTURA DEL MERCATO

MERCATO ATTUALE

A) Aziende; B) Privati.

STRATEGIE DI SVILUPPO

L'azienda deve puntare sempre più su un offerta di maggiore qualità e allo stesso tempo deve dare risposte in tempi più ristretti ai clienti.

MERCATO POTENZIALE

A) Aziende; B) Privati. Consolidare e fidelizzare i clienti esistenti e puntare ad ampliare il mercato su tutto l'Appennino Tosco Emiliano.

ANDAMENTO ECONOMICO-OCCUPAZIONALE DELL'AZIENDA
Andamento dell'impresa nel periodo 2009-2016 sui seguenti indicatori rilevati:
(dove -5 indica Peggioramento assoluto e +5 miglioramento assoluto)

1. Fatturato	5
2. Produttività del lavoro	3
3. Utili/redditività aziendale	2
4. Investimenti fissi e immateriali	5
5. Occupazione	5

Andamento dell'azienda tra il 2014 e il 2016 in termini di occupazione:
(Se in calo o in crescita è indicato il numero di unità coinvolte)

 Crescita Pari a : 12 unità
Appartenenza dell'impresa ad un gruppo o rete nazionale o internazionale No
Peso delle esportazioni sul totale del fatturato: 0
Se l'impresa svolge attività di subfornitura, peso percentuale sul fatturato del committente principale: 27
Strategie competitive adottate dall'impresa sul mercato del prodotto:

STRATEGIE COMPETITIVE

Nessuna di queste	
Di costo	X
Di prezzo	X
Di qualità	X
Di varietà	X
Di marchio	X
Di tecnologia	
Di soddisfazione del cliente	X

Innovazione realizzate nel periodo 2009-2016:

TIPO DI INNOVAZIONE

Nessuna di queste	
Innovazioni <i>radicali</i> di prodotto	
Innovazioni <i>radicali</i> di processo	
Innovazioni <i>incrementali</i> sul prodotto	X
Innovazioni <i>incrementali</i> sul processo	X
Innovazioni tecnologiche	X
Innovazioni di mercato	X
Controllo di qualità comprese le certificazioni	

Nota bene:

 Per **Innovazione radicale** si intende introduzione di una tecnologia di processo e/o realizzazione di un prodotto *significativamente nuovi* per l'impresa;

 Per **Innovazione incrementale** si intende un *miglioramento qualitativo* nella tecnologia di processo e/o nel prodotto *già presenti* nell'impresa.

Pratiche di organizzazione del lavoro e della produzione adottate dall'azienda nei periodi 2004-2007 e 2008-2016:

PRATICHE	2004-2007	2008-2016	Né prima né dopo
Just-in-Time			X
Gestione della Qualità Totale			X
Rotazione delle mansioni			X
Ampliamento del numero delle mansioni per dipendente		X	
Ampliamento delle competenze del dipendente		X	
Maggiore autonomia nelle mansioni svolte dal dipendente		X	
Maggiore autonomia dei gruppi e/o di singoli dipendenti nella soluzione dei problemi		X	
Modalità strutturate di confronto su suggerimenti e/o proposte dei dipendenti sull'organizzazione del lavoro e qualità del processo/prodotto			X
Percorsi di formazione continua connessi alle esigenze organizzative			X
Definizione di obiettivi per gruppi di lavoro e/o individuali per i dipendenti		X	
Sistemi di valutazione dei dipendenti, individuali e/o di gruppo			X

ANALISI DEI PROCESSI E DEFINIZIONE DI PIANI DI MIGLIORAMENTO ORGANIZZATIVO E/O PRODUTTIVO
Livello di priorità dei processi aziendali monitorati: (1=max, 2=intermedia, 3=min, o "processo non monitorato nel check up")

Strategia, pianificazione e gestione risorse interne	1 = Priorità massima
Costruzione dell'offerta	2 = Priorità intermedia
Sviluppo del prodotto	Processo aziendale non monitorato.
Produzione	Processo aziendale non monitorato.
Gestione del cliente	1 = Priorità massima
Gestione delle esternalità	Processo aziendale non monitorato.

Caratteristiche del seguente processo:

Strategia, pianificazione e gestione risorse interne

Elementi di forza dell'azienda

L'imprenditore è sempre presente per cercare risolvere le criticità emergenti. Ingresso in struttura di nuove figure specializzate nella gestione aziendale.

Elementi critici dell'azienda

L'azienda ha raggiunto risultati di crescita esponenziali in brevissimo tempo. In pochissimi si è passati da una piccolissima realtà composta solo dal titolare ad un'azienda con diversi addetti con un aumento di fatturato considerevole. Questo ha generato delle criticità soprattutto nell'organizzazione aziendale, nella pianificazione degli affidamenti bancari, nella gestione sovraccarichi di lavoro, nella gestione dei crediti (impossibilità ad incassare con castelletti molto bassi), nel dover adattare strumentazione ICT non idonea all'attuale struttura.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Abbattere i costi di gestione dei processi e di comunicazione. Ottenere feedback più veloci dai componenti della struttura. Monitorare efficacemente la produzione e il rendimento delle diverse aree di business. Migliorare la qualità del servizio su tutta la catena che va dall'azienda al cliente.

Caratteristiche del seguente processo:

Strategia, pianificazione e gestione risorse interne

Azioni per Il raggiungimento dell'obiettivo

Formare il personale e inserire dei temporary manager.

Tipologia di intervento

Formazione Consulenza Investimento in ICT.

Risorse umane da coinvolgere

Titolari; Amministrazione; Commerciale; Gestione Qualità; Risorse Umane; Responsabile operativo; Magazziniere.

Caratteristiche del seguente processo:

Costruzione dell'offerta

Elementi di forza dell'azienda

La rapidità nel costruire l'offerta.

Elementi critici dell'azienda

Difficoltà nel gestire gli imprevisti che possono emergere dopo la costruzione dell'offerta e la sua collocazione sul mercato

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Riduzione dei tempi necessari ad apportare i correttivi quando emergono gli imprevisti.

Caratteristiche del seguente processo:

Costruzione dell'offerta

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Tipologia di intervento

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Risorse umane da coinvolgere

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Caratteristiche del seguente processo:

Sviluppo del prodotto

Elementi di forza dell'azienda

Processo non monitorato.

Elementi critici dell'azienda

Processo non monitorato.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Processo non monitorato.

Caratteristiche del seguente processo:

Sviluppo del prodotto

Azioni per Il raggiungimento dell'obiettivo

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Tipologia di intervento

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Risorse umane da coinvolgere

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Caratteristiche del seguente processo:

Produzione

Elementi di forza dell'azienda

Processo non monitorato.

Elementi critici dell'azienda

Processo non monitorato.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Processo non monitorato.

Caratteristiche del seguente processo:

Produzione

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Tipologia di intervento

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Risorse umane da coinvolgere

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Caratteristiche del seguente processo:

Gestione del cliente

Elementi di forza dell'azienda

Referenze su lavori effettuati.

Elementi critici dell'azienda

Tempi di pagamento lunghi che comportano - rischio alto di insoluti - difficoltà a richiedere aumenti di castelletti (anticipi fatture) agli istituti di credito - alti costi bancari.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Utilizzare formule contrattuali innovative che portano a tempi pagamento più brevi e di conseguenza a ridurre i costi bancari.

Caratteristiche del seguente processo:

Gestione del cliente

Azioni per Il raggiungimento dell'obiettivo

Formare il personale sull' attività gestionale.

Tipologia di intervento

Formazione Consulenza (Temporary).

Risorse umane da coinvolgere

Titolare; Amministrazione.

Caratteristiche del seguente processo:

Gestione delle esternalità

Elementi di forza dell'azienda

Processo non monitorato.

Elementi critici dell'azienda

Processo non monitorato.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Caratteristiche del seguente processo:

Gestione delle esternalità

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Tipologia di intervento

Processo non monitorato e/o non prioritario.

Risorse umane da coinvolgere

Processo non monitorato e/o non prioritario.

SINTESI DEL PIANO DI MIGLIORAMENTO/SVILUPPO

Vista l'elevata capacità imprenditoriale di raggiungere risultati fuori media in tempi di crisi nel settore in cui l'azienda opera è necessario che l'azienda faccia un salto di qualità in: - Organizzazione Aziendale - Gestione e strategia aziendale - Comunicazione interna ed esterna - Pianificazione e programmazione degli investimenti Tutto questo potrà essere raggiunto attraverso azioni formative e consulenziale (anche attraverso l'utilizzo di temporary manager).