

CARATTERISTICHE AZIENDALI
Protocollo n. 76
Caratteristiche strutturali dell'impresa

Prodotto e/o servizio principale realizzato dall'impresa	Servizi di pulizie
Fatturato 2016	
Totale titolari e soci	2
Totale Addetti 2016	5
Certificazioni in possesso (es. UNI9001:2008, ecc.)	

Numero di addetti con le seguenti caratteristiche presenti nell'intera azienda:		Numero di addetti con le seguenti tipologie di contratto presenti nell'intera azienda:	
	N.		N.
Donne	4	Contratto TI	4
Stranieri	0	Contratto TD	1
Under 35	1	Apprendistato	0
		Altre forme	0

Numero di addetti che si occupano di:	
Gestione amministrativa	1
Gestione commerciale	1
Produzione/erogazione del servizio	5
Gestione magazzino	0
Gestione sistema qualità	2
Gestione risorse umane	2
Altro	0

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

LETTURA DEL MERCATO

MERCATO ATTUALE

Aziende (20%) - Privati (70%) - Enti Pubblici (10%).

STRATEGIE DI SVILUPPO

Formare i propri addetti operativi "commercialmente" per incrementare i servizi presso i clienti esistenti ed aumentare il numero di clienti nel mercato già servito.

MERCATO POTENZIALE

Incrementare i servizi presso i clienti esistenti ed aumentare il numero di clienti nel mercato già servito.

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	-1
2. Produttività del lavoro	2
3. Utili/redditività aziendale	0
4. Investimenti fissi e immateriali	2
5. Occupazione	0

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)

 Stabile Pari a : unità
Appartenenza dell'impresa ad un gruppo o rete nazionale o internazionale No
Peso delle esportazioni sul totale del fatturato: 0,00%
Se l'impresa svolge attività di subfornitura, peso percentuale sul fatturato del committente principale: 0,00%
Strategie competitive adottate dall'impresa sul mercato del prodotto:

STRATEGIE COMPETITIVE

Nessuna di queste	
Di costo	
Di prezzo	X
Di qualità	X
Di varietà	X
Di marchio	
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
Innovazioni <i>incrementali</i> sul processo
Innovazioni tecnologiche
Innovazioni di mercato
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	X	
Ampliamento del numero delle mansioni per dipendente			X
Ampliamento delle competenze del dipendente			X
Maggiore autonomia nelle mansioni svolte dal dipendente	X	X	
Maggiore autonomia dei gruppi e/o di singoli dipendenti nella soluzione dei problemi	X	X	
Modalità strutturate di confronto su suggerimenti e/o proposte dei dipendenti sull'organizzazione del lavoro e qualità del processo/prodotto	X	X	
Percorsi di formazione continua connessi alle esigenze organizzative	X	X	
Definizione di obiettivi per gruppi di lavoro e/o individuali per i dipendenti	X	X	
Sistemi di valutazione dei dipendenti, individuali e/o di gruppo	X	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	1 = Priorità massima
Sviluppo del prodotto	Processo aziendale non monitorato.
Produzione	Processo aziendale non monitorato.
Gestione del cliente	3 = Priorità minima
Gestione delle esternalità	Processo aziendale non monitorato.

Caratteristiche del seguente processo:

Strategia, pianificazione e gestione risorse interne

Elementi di forza dell'azienda

Esperienza pluriennale nel settore da parte dei titolari. I titolari svolgono direttamente parte degli aspetti operativi.

Elementi critici dell'azienda

Mancanza di autonomia totale degli addetti sul lavoro. La tipologia dei clienti, la provenienza degli addetti, personalizzazione del servizio determinano spesso la difficoltà di ottimizzare le teppistiche degli spostamenti e accorpare nella stessa zona più interventi.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Ottimizzare più interventi nella stessa zona. Rendere più responsabili e autonomi gli addetti.

Caratteristiche del seguente processo:

Strategia, pianificazione e gestione risorse interne

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Analisi del portafoglio clienti e azioni commerciali mirate per cercare di ottimizzare gli spostamenti cercando clienti nella stessa zona aventi esigenze di orario complementari per riempire la stessa giornata minimizzando il tempo di viaggio.

Tipologia di intervento

Formazione; Consulenza.

Risorse umane da coinvolgere

Titolari e gli addetti.

Caratteristiche del seguente processo:

Costruzione dell'offerta

Elementi di forza dell'azienda

Qualità - Prezzo competitivo - Capacità e velocità di aggiungere servizi ad hoc su richiesta dei clienti.

Elementi critici dell'azienda

In virtù del fatto che ad oggi i clienti arrivano solo attraverso il passaparola, l'azienda ad oggi non ha un' offerta strutturata per poter essere commercializzata attraverso tutti gli altri canali distributivi.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Preventivi più dettagliati per valorizzare la propria offerta.

Caratteristiche del seguente processo:

Costruzione dell'offerta

Azioni per il raggiungimento dell'obiettivo

Costruire e strutturare l'offerta Pianificare una strategia per comunicarla Tra le varie azioni una particolare attenzione verrà posta rispetto al formare gli addetti affinché essi stessi, presenti giornalmente dai vari clienti, possano commercializzare i servizi complementari rispetto a quelli che stanno erogando e cercare di ottenere altri nominativi di potenziali clienti.

Tipologia di intervento

Formazione; Consulenza.

Risorse umane da coinvolgere

Titolari; Addetti.

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

Competenza e affidabilità dei titolari.

Elementi critici dell'azienda

Non si rilevano evidenti elementi di criticità.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Trasferire le competenze dei titolari ai propri addetti.

Caratteristiche del seguente processo:

Gestione del cliente

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 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

L'azienda necessita di ottimizzare gli spostamenti per ridurre i costi e costruire un'offerta struttura.