

CARATTERISTICHE AZIENDALI

Protocollo n. 13

Caratteristiche strutturali dell'impresa

Prodotto e/o servizio principale realizzato dall'impresa	Vendita e assistenza su software gestionale
Fatturato 2016	€ 1.100.000
Totale titolari e soci	2
Totale Addetti 2016	7
Certificazioni in possesso (es. UNI9001:2008, ecc.)	UNI EN ISO 9001:2008

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

	N.
Donne	2
Stranieri	0
Under 35	2

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

	N.
Contratto TI	5
Contratto TD	2
Apprendistato	2
Altre forme	0

Numero di addetti che si occupano di:

Gestione amministrativa	1
Gestione commerciale	1
Produzione/erogazione del servizio	7
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

L'azienda si rivolge alle PMI. Propone servizi informatici a vario livello specialmente nel software gestionale.

STRATEGIE DI SVILUPPO

L'azienda vuole ampliare il proprio mercato con acquisizioni di nuove realtà aziendali e quindi considera importante una buona formazione dei propri operatori.

MERCATO POTENZIALE

Il mercato potenziale è rivolto alle PMI.

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

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

Se l'impresa svolge attività di subfornitura, peso percentuale sul fatturato del committente principale: 0

Strategie competitive adottate dall'impresa sul mercato del prodotto:

STRATEGIE COMPETITIVE

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

Innovazione realizzate nel periodo 2009-2016:

TIPO DI INNOVAZIONE

Nessuna di queste	
Innovazioni <i>radicali</i> di prodotto	X
Innovazioni <i>radicali</i> di processo	X
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	X

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	X	
Rotazione delle mansioni			X
Ampliamento del numero delle mansioni per dipendente	X	X	
Ampliamento delle competenze del dipendente	X	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	
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	2 = Priorità intermedia
Sviluppo del prodotto	2 = Priorità intermedia
Produzione	2 = Priorità intermedia
Gestione del cliente	2 = Priorità intermedia
Gestione delle esternalità	3 = Priorità minima

Caratteristiche del seguente processo:

Strategia, pianificazione e gestione risorse interne

Elementi di forza dell'azienda

I punti di forza dell'azienda sono: competenza tecnica, costante aggiornamento degli strumenti tecnici e partecipazione continua a momenti formativi.

Elementi critici dell'azienda

I punti di debolezza sono: difficoltà nel contatto con il cliente e difficoltà commerciali.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Migliorare l'assistenza, l'approccio con il cliente e acquisire nuove fette di mercato

Caratteristiche del seguente processo:

Strategia, pianificazione e gestione risorse interne

Azioni per Il raggiungimento dell'obiettivo

Formazione, consulenza e coaching per lo sviluppo di competenze comunicative e commerciali

Tipologia di intervento

Analisi della situazione, role playing, simulazioni, assegnazione di obiettivi, misurazione degli obiettivi raggiunti e monitoraggio.

Risorse umane da coinvolgere

Titolale, tecnici software, quindi tutto il personale

Caratteristiche del seguente processo:

Costruzione dell'offerta

Elementi di forza dell'azienda

Grande competenza tecnica.

Elementi critici dell'azienda

Difficoltà comunicative.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Capacità di formulare offerte appetibili per il cliente.

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

Renderlo sempre più performante.

Elementi critici dell'azienda

Fruibilità del prodotto.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Renderlo sempre più fruibile

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

La competenza.

Elementi critici dell'azienda

I tempi di risposta.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Gestione del tempo.

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

Problem solving.

Elementi critici dell'azienda

Saper trasmettere al cliente la soluzione del problema.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Sviluppare competenze comunicative.

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

Velocità.

Elementi critici dell'azienda

Non sono rilevati.

Obiettivi di miglioramento/sviluppo

Aumentare l'efficienza

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 presenta buone competenze tecniche e di risoluzione dei problemi e di tempestività nell'intervento. E' invece più carente nella capacità dei tecnici di comunicare con il cliente e di rendere fruibili i passaggi più tecnici.