



## Scelte strategiche e ottimizzazioni

Realizzato per AssoLowcost

Marzo 2010

**Databank**  
Cerved Group

Cerved Group SpA - Corso Italia, 8 - 20122 Milano - Telefono 02.721071 - Telefax 02.72107333

**Scelte strategiche e ottimizzazioni nella catena del valore  
che consentono la riduzione dei costi (1/4)**

<p>Economie di scala e/o di apprendimento</p>	<p>Economie di scala garantite dall'appartenenza ad un gruppo internazionale con altri brand attivi in mercati contigui, che permettono di conseguire ottimizzazione nell'acquisto dei prodotti.</p>
<p>Localizzazione e delocalizzazione geografica</p>	<p>Presenza sul territorio nazionale con 15 punti vendita. La piattaforma logistica che cura le consegne delle merci ai punti di vendita si trova a Piacenza, la sua ubicazione è stata scelta per ottimizzare al massimo i costi di trasporto e migliorare l'efficienza nella disponibilità dei prodotti.</p>
<p>Innovazione di prodotto e/o di processo</p>	<p>Intenso lo sforzo di innovazione prodotto dall'azienda relativamente al restyling dei punti di vendita, relativamente ai servizi di assistenza qualificata ai clienti, relativamente all'ampliamento della gamma di prodotti e al progetto per lo sviluppo della vendita on-line.</p>

## Scelte strategiche e ottimizzazioni nella catena del valore che consentono la riduzione dei costi (2/4)

<p>Ampiezza di gamma</p>	<p>Oltre 20.000 referenze consentono un'offerta multi stile nell'arredamento, una forte copertura sui prodotti primo prezzo identificabili nei punti vendita con un bollino rosso, lo sviluppo di private label quali Elettrozeta per il bianco e l'offerta di prodotti complementari all'arredamento (decorazione, tessile casa, tempo libero), che risultano di forte attrattiva per i clienti. Tali prodotti sono in grado di generare un importante traffico sul punto vendita.</p>
<p>Acquisti e approvvigionamenti</p>	<p>Selezione dei fornitori secondo procedure di gruppo che prevedono il rispetto di standard di qualità e di sostenibilità lungo l'intera filiera e nei singoli processi produttivi. Il gruppo mette a disposizione linee guida per audit di qualità dei fornitori. Oltre il 70% dei fornitori del settore mobile sono italiani, tale scelta indica la chiara intenzione di valorizzare il made in Italy. Per l'elettronica di consumo vengono realizzate sinergie d'acquisto sia a livello di gruppo Conforama che con altri importanti insegne del gruppo PPR (es. Fnac).</p>

**Scelte strategiche e ottimizzazioni nella catena del valore  
che consentono la riduzione dei costi (2/4)**

<p>Pianificazione della produzione e gestione dei flussi</p>	<p>La pianificazione con i produttori viene effettuata su un orizzonte di medio termine al fine di ottimizzare i flussi stagionali di molte tipologie di beni trattati.</p>
<p>Organizzazione delle attività di produzione</p>	<p>Le attività produttive sono delegate completamente a fornitori esterni, con interventi di collaborazione per la definizione di specifici dettagli di prodotto.</p>
<p>Trasferimento ai clienti di fasi di attività</p>	<p>Il cliente può scegliere se affidarsi a Conforama per la consegna a domicilio ed il montaggio, per i mobili, e l'installazione, per gli elettrodomestici, oppure se provvedere autonomamente.</p>
<p>Know how tecnologico e automazione</p>	<p>E' stato implementato di recente un software gestionale per la previsione degli ordini, che considera variabili di storicità degli articoli e fenomeni di macro e micro stagionalità.</p>

## Scelte strategiche e ottimizzazioni nella catena del valore che consentono la riduzione dei costi (3/4)

Advertising e comunicazione	Revisione del mix media: l'azienda è passata dall'impiego dei soli volantini ad un più articolato utilizzo dei media. In particolare, rilevante è l'investimento in affissione utilizzato durante le campagne di saldi e attività promozionale. In alcuni casi è già stato utilizzato anche il canale radiofonico, soprattutto in forma locale. Sono in fase di sperimentazione forme di comunicazione diretta con i clienti quali l'e-mail, gli sms e il direct mailing.
Stoccaggio	Tutti i negozi possiedono un deposito per lo stoccaggio dei prodotti, per consentire al cliente il ritiro immediato dei prodotti acquistati, senza dover ritornare una seconda volta per il ritiro.
Selezione / Localizzazione dei punti di vendita	I punti vendita sono di ampia superficie (la superficie media di un punto di vendita è di circa 7.000 mq). Sono localizzati in prossimità delle principali arterie stradali e autostradali.

## Scelte strategiche e ottimizzazioni nella catena del valore che consentono la riduzione dei costi (4/4)

<p>Logistica ordini, magazzino e punti di vendita</p>	<p>La piattaforma logistica centralizzata a Piacenza è in grado di garantire gli stessi lead time a tutti i punti di vendita. Particolare attenzione viene prestata all'ottimizzazione dei coefficienti di carico dei mezzi al fine di ridurre le spedizioni a parità di merce trasportata e al fine di limitare le emissioni di anidride carbonica nell'aria.</p>
<p>Delivery</p>	<p>Il cliente può utilizzare il servizio di consegna a domicilio realizzato da trasportatori convenzionati o può, in alternativa, noleggiare un furgone presso i punti di vendita ed effettuare in proprio il ritiro.</p>
<p>Gestione forza vendita</p>	<p>L'azienda presta particolare attenzione alla crescita professionale di tutto il personale anche attraverso interventi formativi che presidiano tre diverse aree di competenza: tecnica, comportamentale e manageriale.</p>

## Scelte strategiche e ottimizzazioni nella catena del valore che consentono la riduzione dei costi (4/4)

<p>Qualità e Customer Satisfaction</p>	<p>L'azienda effettua un costante monitoraggio del livello di soddisfazione dei clienti. Nel primo bimestre 2010 sono state contattate oltre 8.000 famiglie. E' stata di recente lanciata un'azione di Customer Satisfaction per verificare la risposta dei clienti ai profondi cambiamenti intervenuti nei punti di vendita. Per eventuali casi di negozi al di sotto dell'obiettivo aziendale rispetto alla customer satisfaction sono previste attività di focus group per individuare gli assi di miglioramento.</p>
--	--