



Camicissima

Profilo e catena del valore aziendali

Realizzato per AssoLowcost
Ottobre 2008



Databank S.p.A. - Corso Italia, 8 - 20122 Milano - Italia
Telefono (02) 721071 - Telefax (02) 72107333

I punti cardini del modello di business sono:



- **comunicazione di un prezzo chiaro e conveniente**
- **ampia offerta di prodotti (non meno di 5.000 camicie per punto di vendita)**
- **struttura centralizzata, lavorazioni esterne e franchising**
- **elevata personalizzazione del prodotto con modelli e tessuti in esclusiva**

Camicissima ha costruito il suo vantaggio competitivo, con una strategia di offerta innovativa, focalizzata su un numero limitato di prodotti di qualità, ma con una grande profondità di gamma e prezzi chiari e competitivi.

I punti cardine del suo business model sono:

- **Prezzo chiaro, inferiore** rispetto alla media del mercato ottenuti grazie a:
 - assenza di costi di intermediazione
 - lavorazioni esterne controllate e centralizzazione geografica,
 - tecnologie proprietarie in grado di ridurre tempi e costi dei processi
- **Efficiente organizzazione dei punti vendita**
- **Elevata qualità del prodotto, realizzato in 100% cotone di qualità sartoriale**

- **Ampiezza e profondità di gamma**
- **Posizionamento chiaro e forte sul prezzo**, con elevato rapporto qualità-prezzo
- Prodotti **realizzati in 100% cotone di qualità sartoriale**
- **Ottima organizzazione dei punti di vendita**
- **Localizzazione dei punti di vendita** idonea ad esprimere pienamente il potenziale in termini commerciali
- **Format dei punti di vendita** in grado di esaltare la qualità, l'assortimento dei prodotti e l'esperienza di acquisto
- **Organizzazione produttiva** basata su una forte ed efficiente centralizzazione ed in grado di garantire il monitoraggio delle attività e il rispetto degli standard qualitativi aziendali.
- **Sistema informativo** proprietario ad elevata performance che consente all'azienda di reagire nei confronti del mercato con tempi estremamente ridotti riducendo il rischio di invenduto.

- per il 2008 l'azienda punta a raggiungere un fatturato di 26 milioni di euro con un incremento del 21% rispetto ai 21,5 milioni di euro del 2007
- punti di vendita diretti 86 entro il 2008 (+26% rispetto ai 68 del 2007), 10 negozi in franchising
- 230 dipendenti nel 2008 (+31% rispetto a 175 del 2007)
- traffico di clienti potenziali superiore a 1.300.000 ingressi nei punti di vendita all'anno, con un indice di conversione attorno al 20%
- più di 260.000 atti di acquisto all'anno e più di 1 milione di camicie vendute

La mappa del posizionamento competitivo di Camicissima

