

LA RICHIESTA DELL'AZIENDA

Migliorare la comunicazione verso i clienti attuali e potenziali per incrementare il fatturato.

IL CONTESTO

L'azienda Poggi Sas a carattere familiare, che è attiva da circa 20 anni, produce quadri elettrici nel settore automazione e distribuzione elettrica bassa tensione.

Il numero di addetti è pari a 8 unità. Nel 2009 l'azienda ha subito una forte riduzione del fatturato (fino al 50%) , dovuta da un lato, alla crisi economica, dall'altro, alla notevole difficoltà d'approccio al cliente, essendo la funzione marketing limitata ad una attività di contatto telefonico con potenziali clienti.

LE AZIONI INTRAPRESE

Le attività di intervento del manager nel periodo ottobre-dicembre 2009 hanno riguardato l'area strategica e l'area commerciale/marketing per l'anno 2010.

In sintesi, sono state individuate le seguenti linee d'azione:

- lavorare per obiettivi/progetti-disponibilità-fidelizzazione;
- Identificare il target clienti da acquisire e analizzare la concorrenza;
- Individuare i settore merceologici in cui operano i potenziali clienti;
- Studiare per i vari settori merceologici comportamenti e motivazioni d'acquisto;
- Consolidare e fidelizzare la cliente acquisita.

I RISULTATI

L'azienda ha portato avanti le diverse linee d'azione definite e, a seguito dell'intervento nel periodo di affiancamento del manager SIT, ha riattivato il rapporto con un cliente chiave storico "dormiente" ed ha avviato alcune trattative con potenziali clienti operanti in settori differenti da quelli a cui abitualmente l'azienda si rivolgeva attuando una positiva innovazione nella propria politica di marketing.

VALUTAZIONI

Sono state riscontrate alcune difficoltà nel creare una nuova sensibilità commerciale condivisa all'interno dell'azienda, dopo tanti anni in cui si è operato una strategia del tipo "fai da te" e, quindi, nel rendere operativo quanto definito e concordato nella fase progettuale.

Tuttavia, la proprietà dell'azienda ha sempre dimostrato piena disponibilità ad affrontare il nuovo scenario delineatosi a seguito della riduzione di fatturato.

SINTESI DEL PROGETTO

Nell'ambito del progetto SIT sono stati svolti incontri per favorire la conoscenza reciproca azienda – manager, evidenziare le necessità di fondo dell'impresa e definire e concordare le diverse linee d'azione.

Successivamente a questo prima fase, l'azienda ha ritenuto di proseguire la collaborazione con il manager per la durata di 3 mesi con un'attività di consulenza.