



## Brandani

### Obiettivi dell'analisi

Nell'ottica di sostituzione dell'attuale sistema informativo si è ritenuto necessario una riflessione interna per dare modo di meglio applicare e sfruttare le potenzialità che il nuovo sistema informativo è in grado sviluppare.

Con questa analisi, per quanto superficiale e rapida, si è cercato di focalizzare i punti chiave che caratterizzano l'azienda e la sua gestione operativa.

Pertanto si è operato per:

- Evidenziare gli obiettivi strategici dell'Azienda
- Raggiungere una comprensione di massima dell'organizzazione
- Evidenziare i principali processi organizzativi e operativi, rilevandone le criticità più importanti
- Stabilire i punti di forza e di debolezza dell'organizzazione (SWOT analysis) emersi dall'analisi
- Supportare la configurazione del sistema informativo
- Suggerire una prima linea di possibili azioni
- Offrire alla proprietà una base di riflessione per azioni future

### Dati generali:

- La ditta Brandani è un'azienda privata a carattere familiare in cui la presenza dei titolari è ben salda e focale all'interno dell'organizzazione
- Questa impostazione è la garanzia di buon funzionamento e di efficacia dell'organizzazione operativa
- La ditta Brandani, dopo la sua prima attività con il marchio Centrorame, ha iniziato la sua attività con una rappresentanza di prodotti per la casa alla quale è stata affiancata una linea di produzione dello stesso tipo di articoli.
- Successivamente, dal 1989, è iniziata l'attività di importazione di articoli da regalo e coordinati per la casa, in particolare da Cina e India, dando impulso al business con una sua vera e propria trasformazione.
- Questa trasformazione ha consentito una notevole crescita in termini di fatturato fino all'attuale valore di circa 13 mil .
- La qualità media dei prodotti importati si è spostata mano a mano verso un livello medio - alto crescendo rispetto alla fase iniziale
- Da circa un anno l'azienda si è trasferita nella nuova sede più ampia e prestigiosa, e soprattutto più razionale

### SWOT Analysis (1)

#### Punti di forza

- Competitività soprattutto per i prezzi
- Capacità di promuovere articoli nuovi (creatività e flessibilità)
- Capacità di aggiungere valore
- Margine elevato
- Buona segmentazione dei mercati

#### Punti di debolezza

- Sistema informativo
- Organizzazione non ancora completata in particolare in Amministrazione, Commerciale.
- Formazione del personale (reazione al ho sempre fatto così) su stimolo e coinvolgimento (Scarsa Proattività)
- Non utilizzo di informazioni certe
- Scarso utilizzo degli strumenti di marketing
- Mancata definizione dettagliata di strategia, obiettivi e azioni
- Organizzazione non a livello con gli obiettivi di sviluppo

### SWOT Analysis (2)

#### Opportunità

- Possibilità di spaziare su segmenti di clientela molto varia sia per tipologia che per area geografica
- Nuovi mercati da sviluppare settori paralleli: es promozioni
- Razionalizzazione possibile dei flussi di attività
- Sviluppo di una gestione manageriale anche ai livelli più bassi
- Sviluppo in nuovi mercati esteri



- Sviluppo di spirito di squadra
- Crescita dei valori di brand
- Sfruttamento opportunità Web

### Rischi

- Fare troppe cose contemporaneamente: si rischia di farle tutte male (mancanza di persone specializzate)
- Improvvisazione
- Discontinuità di parametri di mercato
- Perdita di controllo
- Rischio di emulazione
- Mancato rispetto degli obiettivi
- Perdita di mercato

### Strategie

- Il mercato del settore sembra (non si hanno dati numerici, ma evidenze operative) in espansione continua, ma sicuramente è basato sul livello elevato di margini garantito dai costi fortunatamente ritrovabili fino a oggi sul mercato orientale
- Pur nell'abile e fortunata guida aziendale, sembra non sia stata valutata la dinamica futura.
- Vale la pena, a nostro avviso, analizzare meglio la parte strategia del business per :
  - > Proteggere il business dalle possibili agenti esterni
  - > Mantenere il livello di competitività già raggiunto e magari migliorarlo
  - > Mantenere o migliorare il margine operativo
  - > Sviluppare ulteriormente il business

### Considerazioni finali

#### Piano di Lavoro

1. Analisi dei flussi di lavoro (ciclo attivo e passivo), approfondendo ove necessario, i punti incompleti o inesatti nell'ottica di quanto il nuovo sistema informativo è in grado di offrire a supporto. Alcuni aspetti sono già stati presi in conto in fase di progettazione del sistema, altri possono essere approfonditi.
  - a. coinvolgimento diretto del personale interno insieme ai consulenti informatici (gruppi di lavoro)
  - b. Nomina di un coordinatore interno interfaccia continua per la modellazione del nuovo sistema anche dopo l'avviamento
2. Definizione di una precisa politica finanziaria (vedi strategie) con precisi obiettivi di riduzione del rischio relativo
3. Attivazione di una trasformata gestione degli agenti aumentando il loro coinvolgimento e la loro responsabilizzazione
4. Implementazione di un sistema qualità che rispecchi una proficua logica di gestione certificata
5. Coinvolgimento del personale interno con azioni mirate a sviluppare il senso di proattività
6. Attenzione al cliente finale