

## CASE HISTORY - PROGETTO N° 21

# ANALISI, REVISIONE E SVILUPPO DELLA GAMMA PRODOTTI

### ■ CONTESTO E MOTIVAZIONI DELL'INTERVENTO

L'azienda oggetto dell'intervento, guidata da un giovane imprenditore emiliano-romagnolo, è attiva dal 2004 nel settore dell'oggettistica regalo e in particolar modo nella produzione e commercializzazione di profumi per ambiente. La stretta collaborazione fra qualificati esperti di marketing e di sviluppo prodotto, l'impiego di materie prime pregiate, l'abilità artigianale e gli accurati controlli di qualità in tutte le fasi di lavorazione sono le ragioni che rendono le produzioni dell'azienda uniche ed esclusive, in grado di soddisfare le aspettative delle fasce di clientela più esigenti.

La consapevolezza che la gestione del portafoglio prodotti (gamma prodotti) riveste un'importanza strategica analoga a quella del portafoglio Clienti ha spinto la Direzione Aziendale ad intraprendere un progetto di studio con l'obiettivo di definire il Piano Gamma Triennale capace di assicurare il raggiungimento degli obiettivi di crescita a budget.

### ■ SCHEMA DELL'INTERVENTO

La metodologia di lavoro adottata al fine di raggiungere gli obiettivi di progetto ha seguito un percorso così strutturato:

- Segmentazione del mercato di riferimento e definizione dell'offerta per ogni segmento di mercato individuato come prioritario;
- Individuazione dei principali competitor di riferimento (sia nazionali che internazionali) e analisi della gamma di prodotti offerti per segmento di mercato;
- Analisi critica della situazione di partenza, identificazione dei prodotti da inserire in gamma e definizione dell'ampiezza e completezza delle nuove Linee/Collezioni;
- Messa a punto del Piano Gamma Triennale con conseguente timing di lancio delle nuove Linee/Collezioni;
- Ideazione delle politiche di posizionamento delle nuove Linee/Collezioni;
- Ricerca dei fornitori aventi le caratteristiche idonee a porre in essere gli sviluppi di gamma,
- Progettazione e realizzazione di un sistema di reportistica direzionale che in grado di monitorare la capacità della gamma di generare profitti (es. analisi ACB prodotti per fatturato e margine, analisi del ciclo di vita dei prodotti in gamma, ecc.);
- Supporto operativo nell'implementazione di tutte le fasi del progetto.

### ■ CONSIDERAZIONE CONCLUSIVE E RISULTATI

Le attività svolte hanno permesso di conseguire i seguenti risultati:

- Costruzione del Piano Gamma Triennale e del conseguente timing di lancio delle nuove Linee/Collezioni;
- Costruzione del parco fornitori con le caratteristiche idonee (qualità e prezzo) alla realizzazione del Piano Gamma;
- Implementazione di un sistema di analisi delle performance di gamma e di reportistica per la Direzione;
- Sviluppo del fatturato del 40% il primo di progetto, del 50% sia il secondo che il terzo anno di progetto.



**Tipo di intervento:**  
Identificazione Modello  
Commerciale e Costruzione  
Rete Vendita

**Tipo di impresa:**  
Piccola Impresa

**Settore di appartenenza:**  
Oggettistica Regalo

### ■ CONTATTI

Per ricevere maggiori informazioni inviare una mail con indicato l'oggetto della richiesta all'indirizzo [info@lewitt.it](mailto:info@lewitt.it) e un nostro consulente vi contatterà immediatamente.