

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Sviluppare l'offerta dei servizi di Tintolavanderia, in coerenza con le esigenze della clientela, avendo cura di definire e promuovere azioni di comunicazione e promozione degli stessi

1 - ORGANIZZAZIONE E GESTIONE ATTIVITÀ

Grado di complessità 5

1.5 MONITORAGGIO ATTIVITÀ E RISULTATI

Monitorare e valutare la realizzazione delle attività previste, apportando modifiche necessarie per garantire la qualità dei servizi offerti e il rispetto dei tempi di consegna concordati con il cliente

Grado di complessità 4

1.4 INDIVIDUAZIONE FORNITORI DI MATERIALI O MACCHINARI

Monitorare il mercato e individuare i fornitori, nuovi o in sostituzione di quelli già utilizzati, per la gestione dell'attività ordinaria (macchinari, materiali per le attività di pulitura, di tintura, di stiratura e per il confezionamento, manutenzione impianti) in grado di soddisfare le esigenze d'acquisto e di garantire migliori condizioni contrattuali (es. rapporto qualità prezzo, termini di consegna e pagamento)

1.4 INDIVIDUAZIONE FORNITORI DI SERVIZI ESTERNI

Monitorare il mercato e individuare i fornitori, nuovi o in sostituzione di quelli già utilizzati, per la realizzazione di servizi esterni complementari all'attività ordinaria in grado di soddisfare le esigenze d'acquisto e di garantire migliori condizioni contrattuali (es. rapporto qualità prezzo, termini di consegna e pagamento)

Grado di complessità 3

1.3 DEFINIZIONE NUOVI SERVIZI

Individuare, attraverso "indagini di mercato", confronto con i concorrenti e richieste della clientela, nuovi servizi complementari che arricchiscano l'offerta di servizi di tintolavanderia anche tramite il ricorso all'utilizzo di fornitori esterni (es. pulitura e smacchiatura capi particolari, servizio di rammendo, raccolta e recapito biancheria a domicilio, vendita prodotti per uso domestico, ecc.)

Grado di complessità 2

1.2 DEFINIZIONE TARIFFE

Definire, attraverso "indagini di mercato", confronto con i concorrenti e analisi dei costi diretti e

ADA.20.02.04 - GESTIONE E ORGANIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI TINTOLAVANDERIA

indiretti, il prezzario delle tariffe da applicare per i diversi servizi offerti

Grado di complessità 1

1.1 ORGANIZZAZIONE ATTIVITÀ

Organizzare l'attività ordinaria di tintolavanderia (lavanderia, pulitura chimica a secco e ad umido, tintoria, stireria, ecc. d'indumenti, teleria, capi e accessori per l'abbigliamento, ecc.) analizzando il contesto di mercato (presenza di concorrenti e loro servizi, esigenze della clientela) e definendo le caratteristiche dei servizi offerti, i target della clientela a cui rivolgersi e le necessità di spazi e risorse (locali, macchinario, personale)

1.1 DEFINIRE E ORGANIZZARE SPAZI E RISORSE

Definire e organizzare le modalità di utilizzo di spazi e risorse (locali, macchinario, personale) necessari alla gestione dell'attività ordinaria e allo sviluppo di nuovi servizi

2 - PROMOZIONE ESERCIZIO COMMERCIALE

Grado di complessità 2

2.2 FIDELIZZAZIONE CLIENTELA

Promuovere l'offerta dei servizi offerti tramite "campagne pubblicitarie" (es. volantini) sviluppando iniziative promozionali rivolte alla fidelizzazione della clientela (sconti, schede punti, ecc.)

Grado di complessità 1

2.1 PROMOZIONE DELL'ATTIVITÀ

Realizzare attività di promozione diretta della tintolavanderia tramite descrizione dei servizi offerti e dei costi in modo chiaro e facilmente visibile per la clientela (cartelli o vetrofanie) evidenziando le novità o i servizi su cui si vuole puntare

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Caratteristiche dei servizi di tintolavanderia (prodotti, macchinari, spazi)
- Caratteristiche del mercato e della concorrenza
- Caratteristiche dei target della clientela
- Liste di fornitori e loro dati caratteristici (preventivi precedenti, qualità del servizio e delle merci, esigenze della struttura)

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di gestione dell'attività di tintolavanderia
- Metodi e tecniche di organizzazione di spazi e risorse
- Metodi e tecniche di analisi della concorrenza e definizione dei prezzi
- Metodi e tecniche di selezione dei fornitori
- Metodi e tecniche di individuazione nuovi servizi
- Tecniche ed operatività di ampliamento del parco fornitori e della gamma di prodotti
- Metodi e tecniche di promozione dell'attività
- Metodi e tecniche di fidelizzazione della clientela

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Servizi e prezzi della tintolavanderia definiti
- Spazi e risorse definiti e organizzati
- Fornitori individuati
- Clientela fidelizzata

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. tutte le tipologie di servizio offerte dalle tintolavanderie
2. un set di informazioni relativo a un contesto di mercato (concorrenti, target di clientela) e di superficie di esercizio disponibile per una attività di tintolavanderia
3. l'insieme dei metodi e delle tecniche di organizzazione e sviluppo dei servizi di tintolavanderia
4. l'insieme dei metodi e delle tecniche di organizzazione di spazi e risorse
5. l'insieme dei metodi e delle tecniche di definizione dei prezzi
6. l'insieme dei metodi e delle tecniche di selezione dei fornitori
7. l'insieme dei metodi e delle tecniche di promozione dell'attività e fidelizzazione della clientela
8. l'insieme dei metodi e delle tecniche per la predisposizione dell'istruttoria documentale
9. un set di caratteristiche di impresa e mercato

ADA.20.02.04 - GESTIONE E ORGANIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI TINTOLAVANDERIA

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: per almeno una tipologia di servizio, sulla base del set dato, sviluppo dell'offerta di servizi descrivendo le modalità di definizione di prezzi, servizi, risorse, di gestione degli spazi e individuazione dei fornitori
2. Colloquio tecnico relativo alle modalità di promozione dell'attività e fidelizzazione della clientela per la situazione tipo della prova prestazionale

ADA.20.02.04 - GESTIONE E ORGANIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI TINTOLAVANDERIA

FONTI

- Gaetano Manzone - Manuale RABC per l'autocontrollo nelle lavanderie. Sistema di analisi del rischio e controllo della biocontaminazione dei tessili trattati in lavanderie - Ed. M&M Associati, 2007
- DETERGO, Rivista di lavanderia industriale e pulitura a secco - pubblicazione ufficiale di Associazione Fornitori Aziende Manutenzione dei Tessili, mensile - numeri vari, <http://www.detergo.eu>
- A. Brusco, A. Menicocci, F.R. Mignacca, F. Venanzetti - I rischi lavorativi nelle lavanderie industriali - INAIL, in RIVISTA DEGLI INFORTUNI E DELLE MALATTIE PROFESSIONALI - FASCICOLO N. 2/2011, <https://www.inail.it/cs/internet/docs/alg-ass-stat-i-rischi-lavorativi-nelle-lavanderie-industrialipd.pdf?blobnoche=false>
- G. Gargaro, L. Quaranta, G. Russo - Analisi del rischio chimico nelle tintolavanderie - INAIL, http://www.amblav.it/download/inail-analisi_rischio_chimico_tintolavanderie.pdf
- Decreto Legislativo n. 152 del 03/04/2006 "Norme in materia ambientale" e successivi aggiornamenti