

ADA.12.01.14 - VENDITA DIRETTA DI PRODOTTI ALIMENTARI TRAMITE DISTRIBUTORI AUTOMATICI

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Selezionare e contattare la rete di fornitori di distributori automatici di prodotti alimentari individuando la location per la collocazione del macchinario

1 - INDIVIDUAZIONE LOCATION DEI DISTRIBUTORI AUTOMATICI DI PRODOTTI ALIMENTARI

Grado di complessità 3

1.3 ANALISI DEI COMPETITOR

Valutare le strategie di vendita dei principali competitor e analizzare le performance migliori di vendita derivanti dalla strategica ubicazione di distributori automatici

Grado di complessità 2

1.2 STUDIO DI MERCATO

Attuare un'analisi del mercato di riferimento relativa alle preferenze di consumo e ai possibili bisogni emergenti (bisogni ancora non soddisfatti dal mercato di competenza) anche attraverso somministrazione di questionari alla clientela

1.2 ANALISI FORECAST

Realizzare una stima dei consumi relativi alla clientela dalla quale far discendere l'assortimento di magazzino dei prodotti individuati tramite studi di mercato

Grado di complessità 1

1.1 VERIFICA LOCATION

Individuare il locale e gli spazi da adibire a vendita automatizzata dei prodotti alimentari verificando disponibilità delle utenze (tensione, luminosità) e visibilità intesa come immediata riconoscibilità del servizio

1.1 VERIFICA LOGISTICA

Verificare l'adeguatezza e la conformità dei locali individuati considerando anche la normativa di riferimento (accessibilità, metrature, spazi di manovra, videosorveglianza) compresa la fase di fornitura (furgoni, carrelli)

2 - DEFINIZIONE DEI FORNITORI DI DISTRIBUTORI AUTOMATICI DI PRODOTTI ALIMENTARI

ADA.12.01.14 - VENDITA DIRETTA DI PRODOTTI ALIMENTARI TRAMITE DISTRIBUTORI AUTOMATICI

Grado di complessità 4

2.4 MONITORAGGIO DELLA COLLABORAZIONE

Monitorare le performance di vendita in un periodo definito al fine di pianificare futuri sviluppi di collaborazione di fornitura (numero di distributori, tipologia, upgrade, condizioni contrattuali vantaggiose)

Grado di complessità 3

2.3 ANALISI DEI FORNITORI

Raffrontare le diverse offerte di fornitura raccolte valutando punti di forza e di debolezza dei singoli offerenti in base a indicatori comuni (prezzo, servizio base, servizi aggiuntivi, tipologia di contratto, ecc.) ispirandosi alla swot analyss

2.3 DEFINIZIONE DEL FORNITORE

Definire il fornitore del distributore automatico in base all'analisi comparativa effettuata per una successiva autorizzazione d'acquisto (presa in carico dell'ufficio di competenza)

Grado di complessità 2

2.2 NEGOZIAZIONE DELLE OFFERTE ECONOMICHE

Richiedere le migliori condizioni di fornitura relative alla necessità di distribuzione di prodotti alimentari (costo di acquisto, noleggio, manutenzione, lavori in opera, documentazione ente locale, servizi complementari)

Grado di complessità 1

2.1 RILEVAZIONE POSSIBILI FORNITORI

Raccogliere le informazioni riferite ai partner (tipologia, modalità di fornitura, condizioni di fornitura) con cui poter concludere accordi commerciali di fornitura di distributori automatici anche tramite contatti diretti

ADA.12.01.14 - VENDITA DIRETTA DI PRODOTTI ALIMENTARI TRAMITE DISTRIBUTORI AUTOMATICI

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

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

- Caratteristiche della location (disponibilità delle utenze, visibilità, accessibilità, metrature, spazi di manovra, videosorveglianza)
- Caratteristiche dei prodotti alimentari e dei loro mercati di fornitura e vendita
- Strategie di vendita dei principali competitor
- Questionari per indagini di bisogni della clientela
- Schede dati fornitori
- Normativa di sicurezza, igiene e salvaguardia ambientale nel settore del commercio

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Tecniche di studio di mercato
- Tecniche di analisi forecast sui consumi della clientela
- Tecniche di swot analysis
- Tecniche di rilevazione fornitori
- Metodi di analisi della concorrenza e delle best performance

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Locazione distributori automatici individuata in base alle finalità definite
- Rilevazione di possibili fornitori di distributori automatici
- Swot analysis delle opzioni offerte dei fornitori

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

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tipologie di prodotti alimentari oggetto di possibile vendita attraverso distributore automatico
2. Un set di caratteristiche di location
3. L'insieme delle tecniche di analisi di mercato di domanda ed offerta

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: sulla base del set di caratteristiche di location ed un mix di tipologie di prodotti alimentari dati, impostazione delle verifiche, dell'indagine di mercato e del processo di analisi dei fornitori
2. Colloquio tecnico relativo ai diversi scenari che si possono realizzare nell'implementazione del servizio di distribuzione automatica

ADA.12.01.14 - VENDITA DIRETTA DI PRODOTTI ALIMENTARI TRAMITE DISTRIBUTORI AUTOMATICI

ADA.12.01.14 - VENDITA DIRETTA DI PRODOTTI ALIMENTARI TRAMITE DISTRIBUTORI AUTOMATICI

ADA.12.01.14 - VENDITA DIRETTA DI PRODOTTI ALIMENTARI TRAMITE DISTRIBUTORI AUTOMATICI

FONTI

- Repertorio regionale del FVG
- Regolamento (CE) n. 178/2002
- Normativa di riferimento settore commercio e commercializzazione prodotti alimentari
- Editore Incubatore Creaimpresa, anno 2018, Come avviare un'attività di gestione di distributori automatici
- Berruti G., 1992, Il merchandising. Guida pratica per i responsabili delle vendite e i merchandiser delle aziende industriali e commerciali, Milano, Franco Angeli
- Sabbadin E., 1997, Marketing della distribuzione e marketing integrato. I casi Marks & Spencer e Benetton, Milano, Egea