

UN NUOVO SISTEMA DIREZIONALE PER LA FUNZIONE VENDITE

La funzione vendite è organizzata come segue:

- il direttore delle vendite ha la responsabilità di impostare il budget delle vendite e decidere relativamente alle leve di marketing: su quali prodotti puntare, quali prezzi fissare, quali campagne pubblicitarie e promozionali avviare; inoltre gestisce e distribuisce le risorse alle varie aree territoriali;
- alle dipendenze del direttore delle vendite ci sono i capi area; in sostanza, il mercato è diviso in aree territoriali (in pratica, le regioni) dove vi sono vari punti vendita. I capi area hanno il compito principale di verificare le attività dei punti vendita e distribuire tra questi le varie risorse di budget. Inoltre collaborano con il direttore vendite al fine di pianificare le attività di marketing.
- alle dipendenze sempre del direttore generale ci sono anche i responsabili vendite di prodotto, che devono monitorare le vendite della singola categoria di prodotto (ad es. alimentari secchi, alimentari freschi, pulizia casa, igiene personale, ecc.) e poi di ciascun prodotto nelle varie aree geografiche, al fine di dare suggerimenti al direttore vendite relativamente a prezzi e politiche di vendita, e ai capiarea con riferimento alle singole aree.
- infine ci sono i direttori dei punti vendita, che hanno la responsabilità operativa del supermercato e quindi in particolare l'esecuzione delle politiche di marketing messe a punto dalla direzione; possono inoltre applicare piccole variazioni sui prezzi dei prodotti.

È allo studio un sistema direzionale per la funzione vendite *DI!*

L'idea è quella di sfruttare i dati memorizzati nelle casse automatiche (ed altre eventuali informazioni) convogliandoli giornalmente nel calcolatore centrale, da cui potranno essere prelevati per produrre rapporti e per alimentare altri sistemi di monitoraggio direzionale.

Per la progettazione del sistema, si intende in primo luogo affrontare i seguenti aspetti:

- la creazione di un database direzionale indicando i tipi di dati, il modo di organizzarli, la struttura, le fonti che devono alimentare il database, il grado di aggiornamento, ecc.
- la creazione di un sistema di reporting adatto ai vari livelli di responsabilità
- l'impostazione di una serie di indicatori di sintesi adeguati, al fine di progettare altri sistemi direzionali (cruscotti, ecc.)

QUESITI ED ESERCIZI

1. Sulla base degli elementi indicati, costruire il database direzionale indicando i dati elementari e le dimensioni da utilizzare per costruire l'ipercubo.
2. Costruire inoltre delle gerarchie di aggregazione dei dati utili ai fini di definire rapporti per i vari livelli manageriali
3. Sempre sulla base del database direzionale, costruire un insieme di critical success factor utili per i dirigenti ai vari livelli