

■ professione / gestione

L'ANALISI DELL'ATTIVITÀ IN PRATICA

Tabella di comparazione dell'offerta propria e dei concorrenti

Leve	Proprio punto vendita	Concorrente 1	Concorrente 2
Assortimento	7	9	5,5
Prezzi			
Promozioni			
Ambientazione			
Layout e display			
Comunicazione			
Servizio			

ASPETTI COMMERCIALI

Gli aspetti che concorrono alla valutazione dell'esercizio possono essere ampliati a seconda della tipologia del locale. Altre voci, per esempio, possono riguardare l'offerta food, beverage, caffetteria.

VALUTAZIONI

Giudicare il proprio lavoro e quello dei principali concorrenti aiuta a capire come migliorare la propria offerta e correggere eventuali mancanze.

Un check up aiuta il business del bar

Check up, ovvero una serie di analisi che si compiono a un certo punto della vita. E non perché si sono già palesati dei problemi, anzi. Un check up serio serve proprio a scoprire piccole crepe che col tempo potrebbero allargarsi ed evitare che determinati sintomi si trasformino in problemi seri. È normale sentirne parlare in medicina, dove lo stato delle aziende è monitorato da continue analisi.

Il perché dell'analisi

Non sono esclusi da check up periodici nemmeno i locali pubblici, che alla fin fine altro non sono che piccole imprese. Valutare lo stato di salute del proprio locale ha - come spiegato ne "Il Check up del punto vendita", edito da Franco Angeli - vari scopi. Capire se tutto funziona a dovere, quali "parti" dell'offerta potrebbero essere migliorate o, al limite,

Valutare lo stato di salute della propria impresa e le azioni dei concorrenti permette di stare meglio sul mercato

di Roberto Barat



eliminate, far girare meglio i dipendenti, perseguire economie di scala (evitare sprechi) e via dicendo. In questa logica, le tappe da seguire in tale analisi sono molteplici e toccano vari livelli: esterni al locale (chi è e cosa vuole la clientela, chi sono e come si comportano i concorrenti) e interni (valu-

tazione della propria offerta, analisi dell'organizzazione del lavoro e via dicendo). A queste valutazioni deve poi seguire un vero e proprio piano d'azione, ovvero la "lista" degli interventi da mettere in pratica per correggere gli aspetti critici o che comunque necessitano di una più approfondita analisi.



IL LIBRO

Edito da Franco Angeli (160 pag, 19 euro), "Il Check up del punto vendita" è opera di due consulenti aziendali, Attilio Rossi ed Emanuele Schmidt.

Ma il gioco di questo lavoro vale lo sforzo messo in atto per un'operazione che richiede impegno e tempo? Sì perché si tratta, in fin dei conti, di rispondere a quelle domande che ogni imprenditore si pone di continuo e che hanno lo scopo di stare meglio sul mercato e prosperare per lungo tempo. ■