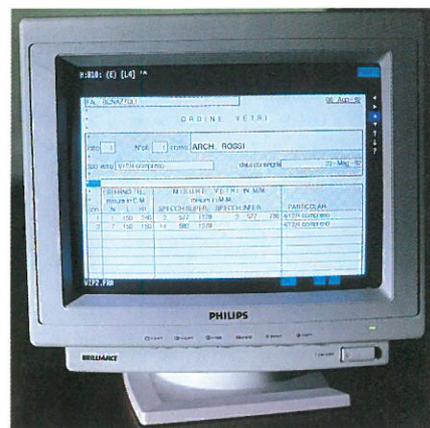


COMPUTER E FALEGNAMERIA

Lo studio Bonazzoli si occupa esclusivamente di consulenze per produttori di infissi in legno e in particolare sviluppa programmi su personal computer mirati alle effettive esigenze della falegnameria. Il titolare, ing. Bonazzoli, laureato in ingegneria elettronica, vanta una notevole esperienza nel settore della falegnameria, acquisita prima come figlio d'arte (il papà falegname), poi come responsabile dell'organizzazione e della produzione in una nota industria di infissi in legno e infine come collaboratore di un notevole numero di falegnamerie artigianali e industriali.

Lo studio Bonazzoli è alla ricerca di aziende che con l'acquisto di un programma non cercano un

semplice aiuto elettronico per risparmiare tempo e non sbagliare a fare i calcoli, ma che piuttosto intravedono in esso lo strumento in grado di far nascere o di ridisegnare l'organizzazione dell'ufficio e della produzione. In queste aziende a poco servirà un buon programma se non sarà affiancato da tutta una serie di contatti, di scambi di idee, di travaso di esperienze, indispensabili per il raggiungimento dell'obiettivo. È con queste premesse che lo studio Bonazzoli progetta i propri programmi, i quali partendo da una base comune, vengono poi sviluppati - in collaborazione con l'utilizzatore - per ottenere specifiche risposte a specifiche domande. Non lo stesso programma, quindi, che si adatta di volta in volta. Difficilmente si potrà "adattare" la realtà di una



falegnameria ad un'altra. Ed è sempre per questa filosofia d'approccio al mondo del falegname che i programmi vengono sviluppati su una piattaforma informatica potente, raffinata, in costante evoluzione; in ambiente DOS o WINDOWS che permetterà poi all'operatore stesso di realizzare schemi, tabelle, grafici, calcoli, in maniera davvero semplice, e nel momento stesso in cui ne avvertirà l'esigenza. Vediamo ora alcuni programmi base:

- Programma costi
- Programma offerte
- Programma di produzione finestre
- Programma di produzione portoni, persiane, scuroni, cassoni, falsitelai ecc
- Programma conferme d'ordine
- Programma statistiche delle conferme d'ordine



BONAZZOLI INFORMATICA
SERVIZI DI INFORMATICA PER SERRAMENTI

Via 4 Novembre, 11
CIVIDATE CAMUNO (BS)
Tel. 0364/344418

SERVIZIO ASSISTENZA CLIENTI

CLIENTE SODDISFATTO, CLIENTE AFFEZIONATO

• Ottimizzare la soddisfazione del cliente significa garantirsi una clientela affezionata e stabile. D'altro canto la soddisfazione del cliente deriva da una serie di esperienze fatte ed è determinante nella scelta di un prodotto. Infatti al momento di decidere che cosa scegliere tra le varie proposte della concorrenza, il cliente preferisce quella che gli offre maggiori vantaggi. Perciò i costi per aumentare la soddisfazione del cliente non costituiscono un minor guadagno, anzi rappresentano un investimento per il futuro. Ad esempio nella fase di lancio o di riconversione, la fedeltà della clientela rappresenta un notevole vantaggio.

Quali sono i criteri di valutazione del cliente?

Particolari qualitativi del prodotto quali l'affidabilità, la rapidità, il tipo e la qualità dell'assistenza tecnica ecc.

Come verificare se il cliente è soddisfatto?

Si possono utilizzare questionari, ascoltare i collaboratori del servizio esterno e della distribuzione, esaminare con cura i reclami oppure il top-management può interpellare direttamente il cliente.

L'importanza di soddisfare i clienti deve risultare un dato acquisito per tutti i dipendenti dell'azienda e di questo deve occuparsene sia il settore marketing che l'intero top-management. Per incentivare tale coscientizzazione si potrebbe adottare un sistema flessibile di compensi per premiare chi raggiunge determinati obiettivi nella soddisfazione della clientela. Inoltre ai collaboratori si devono fornire tutte le conoscenze e le abilità necessarie per prestare un'efficace assistenza alla clientela. I collaboratori a diretto contatto coi clienti devono disporre di un sufficiente spazio di manovra per reagire in modo competente, rapido ed efficace alle esigenze (es. reclami) dei clienti.

Due requisiti consentono di battere la concorrenza nel soddisfare il cliente:

- Le prestazioni offerte devono rispondere alle attese del cliente in ogni loro aspetto
- Rispetto alla concorrenza, il prodotto deve presentare - o quanto meno consentire - prestazioni migliori

Che cosa fare?

- Una gestione flessibile deve permettere di adeguare le soluzioni proposte alle esigenze dei singoli clienti
- Si devono migliorare le prestazioni dell'assistenza clienti. La soddisfazione per l'assistenza aumenta la presenza sul mercato, incrementa l'utile per ogni pezzo venduto e quindi la redditività dell'intero capitale.
- Si deve verificare se i sistemi di distribuzione esistenti garantiscono il massimo di soddisfazione da parte dei clienti.
- Va continuamente controllato se ciò che la pubblicità promette viene poi davvero mantenuto dal prodotto.

Una clientela affezionata comporta un costo pari al 15-20% degli investimenti necessari per acquistare nuovi clienti, mentre, con la sua azione personale, il cliente soddisfatto a sua volta porta nuovi clienti.

Tratto da "PM-Beratungsbrief für Productmanager und Marketingleiter" Nr. 332

• • • • • • • • • •