

SUPSI

Analisi di redditività e soddisfazione del cliente come guida decisionale per lo sviluppo strategico e per tracciare nuovi percorsi del reparto di assistenza post-vendita di Mikron

Studente/i	Relatore	Controrelatore	Committente
Sala Danna Mauro	Gianpiero Mattei	Donatella Corti	Mikron SA Agno
Corso di laurea	Modulo	Anno	Data
Ingegneria Gestionale	M-P6070.1 Progetto di diploma	2020	25 Settembre 2020



STUDENTSUPSI

Abstract

Il lavoro di diploma vuole essere uno strumento di supporto al reparto post-vendita e al reparto marketing di Mikron.

Il progetto, dopo un'introduzione che definisce il contesto lavorativo e organizzativo, analizza i diversi enti che compongono il reparto di assistenza, definendo dal lato economico costi, ricavi, margine, possibilità di crescita e sviluppo. Dal lato prestazionale, il grado di efficienza percepito per ogni servizio offerto e per i diversi tipi di prodotto, l'analisi del reparto aiuta a capire in che ambito inserire e presentare i propri prodotti digitali.

La seconda parte definisce questi prodotti, ne descrive le potenzialità e i vari step che hanno portato allo sviluppo, ipotizzando diversi scenari economici di introduzione sul mercato. Il cliente e le sue necessità sono l'elemento trainante per arrivare ad avere un prodotto maturo e performante con un significativo vantaggio competitivo sulla concorrenza.

Obiettivi

L'obiettivo è quello, attraverso l'analisi dei dati raccolti negli anni, di avere una fotografia del grado di servizio attuale e proporre miglioramenti atti a rendere il cliente soddisfatto e fidelizzato all'azienda. Un secondo scopo è quello di seguire lo sviluppo di un prodotto digitale, raccogliendo prima le necessità del cliente, trasformandole poi in caratteristiche del prodotto, definendo infine possibili scenari di sviluppo futuro come forma di investimento sia interna che esterna.

Conclusioni

Il lavoro di diploma è solo una parte di un progetto di rinnovamento più ampio in atto presso Mikron Agno. Una parte di un lungo percorso appena iniziato che porta al miglioramento di un reparto che insegue nuove possibilità per il futuro. Molti servizi sono cresciuti con gli anni e attraverso l'affinamento dei processi si sono raggiunti obiettivi che prima non si immaginava neanche. Il cliente industriale ha come guida motivazionale il costo, che deve essere il più basso possibile e la qualità che deve essere la più alta possibile, due fattori complementari con i quali, per raggiungere il successo, si deve trovare il giusto equilibrio. La stesura del lavoro ha portato alla descrizione tecnica e alla definizione dei bisogni del cliente, con la parte economica si sono immaginati e fissati nuovi scenari di distribuzione e nuove modalità di business. MiTool è forse oggi il prodotto in fase di sviluppo più importante del service. Una collaborazione stretta con il cliente, ci ha portato ad essere dove ci aspettavamo, si è costruito un piano di investimento e di risparmio visto dalla parte del cliente, un customer case che nelle mani del marketing si rivela una perfetta vetrina per dimostrare le potenzialità di miTool ad altri potenziali clienti.