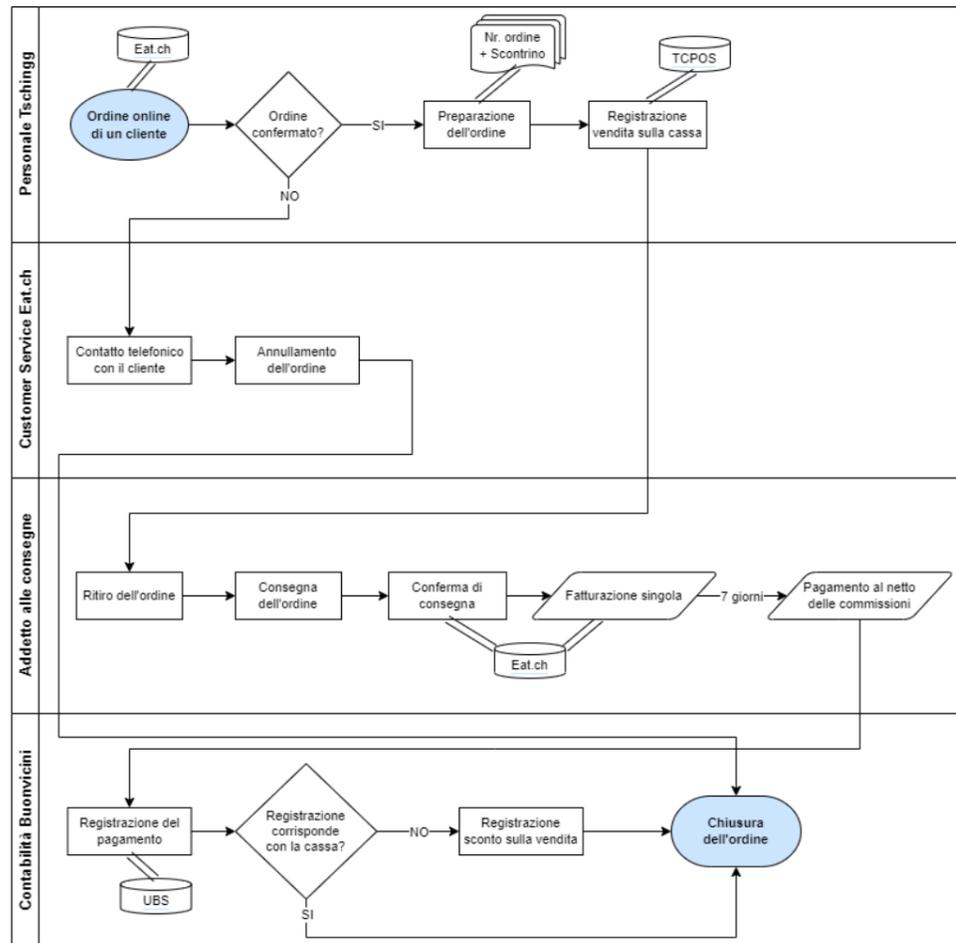


Anteo Cavaliere **Ottimizzazione dei processi contabili intra- e interaziendali**



Descrizione

Il Gruppo Buonavicipini possiede oltre 50 anni di esperienza in servizi e commercio di generi alimentari, in particolare frutta, verdura, pasta e vino.

Il gruppo ha principalmente corrispondenti e contatti in Svizzera, Italia, Spagna, Francia e Germania, al fine di costruire assieme fruttuose relazioni d'affari. Gli elementi essenziali della propria attività sono:

- il monitoraggio della produzione;
- il collocamento, innovazione e sviluppo dell'assortimento;
- la logistica;
- la gestione della qualità e della sicurezza dei prodotti.

Il personale è composto da più di 50 unità ed è suddiviso in diversi unità funzionali, a seconda delle competenze specifiche, sia a livello amministrativo che operativo.

Le due sedi principali si situano a Wallisellen, nel Canton Zurigo (sede legale) e a Stabio, nel Canton Ticino (sede amministrativa e operativa).

Le aziende possono vantare una forte collaborazione con Migros e Coop e possiedono altre attività di genere (ad esempio ristoranti, negozi, investimenti immobiliari, la ricerca e la cura di cavalli, il commercio di yachts).

Obiettivi

- Analisi dei flussi economico-finanziari all'interno delle varie aziende
- Miglioramento del processo di registrazione e di controllo dei dati (giornaliero e/o mensile)
- Miglioramento del flusso di trasmissione dei dati tra la sede amministrativa e le varie sedi operative (unità della ristorazione e apparato logistico)
- Ottimizzazione della raccolta delle informazioni degli stakeholders esterni, riducendo i tempi di attesa per una precisa analisi dell'andamento economico-finanziario dell'azienda ridondanza dei dati

Strumenti economici

- Analisi economico-finanziaria
- Microsoft Dynamics NAV, Mirus Finance 3.0
- TCPOS iCore POS, e-banking InLinea
- DocuWare Cloud

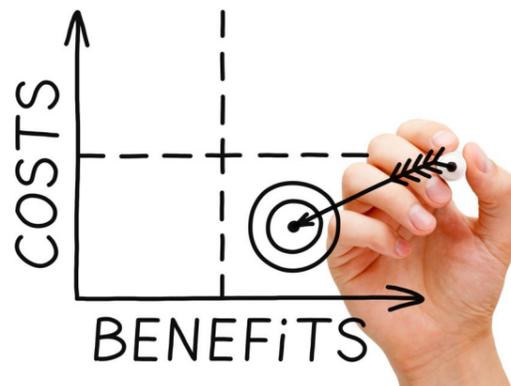
Lavoro svolto presso

Buonavicipini AG
6855 Stabio



BUONVICINI AG

André Domingues Implementazione servizio cardiologia interventistica (analisi costi benefici)



Descrizione

La Clinica Luganese Moncucco, con i suoi 121 anni di attività, costituisce una solida realtà, nel panorama sanitario Ticinese.

Struttura privata gestita secondo i principi No Profit, con circa 200 posti letto e più di 7600 pazienti all'anno è oggi il secondo istituto sanitario ticinese se si considerano i posti letti ed è la prima struttura privata del Cantone per dimensioni e attività sanitaria.

Il settore della sanità è in continuo cambiamento ed ogni volta bisogna adattarsi ai nuovi bisogni della popolazione, la Clinica, sempre attente a queste necessità, studia sempre nuovi servizi che vadano a soddisfare questi bisogni.

Attualmente presso la cardiologia tutti i pazienti che effettuano un consulto e che in seguito devono effettuare un intervento devono essere operati presso strutture al di fuori della Clinica.

In collaborazione con alcuni medici della clinica si è dunque discusso della possibilità di implementare un servizio di cardiologia interventistica interno.

Obiettivi

- Implementazione servizio cardiologia interventistica
- Valutare fattibilità economica implementazione servizio cardiologia interventistica
- Analisi investimento necessario per avvio attività
- Valutazione rischi e opportunità legati al servizio

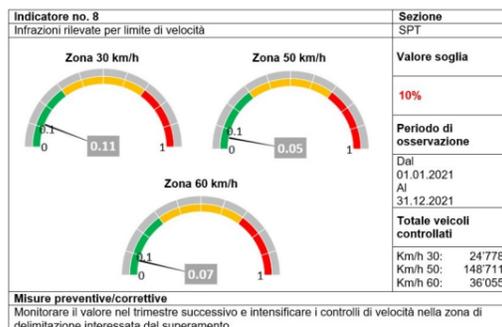
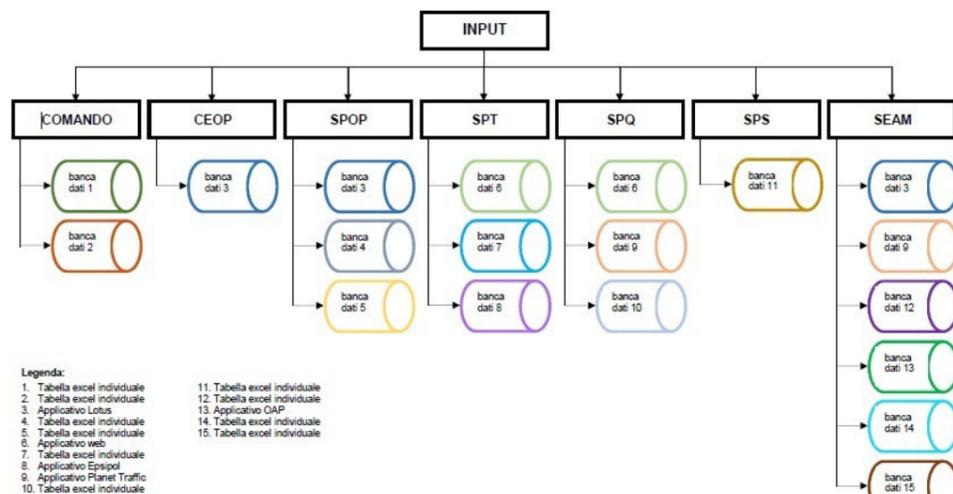
Strumenti economici

- Tabella SMART (criteri obiettivi del progetto)
- Analisi del mercato (fattori endogeni ed esogeni)
- Risk management
- Analisi costi, volumi e profitti
- Statistica (studio qualitativo e quantitativo)
- Calcoli ed analisi dell'investimento

Lavoro svolto presso

Clinica Moncucco
6900 Lugano

Lisa Domenigoni L'importanza dei dati per il monitoraggio dell'attività operativa della Polizia



Descrizione

Il progetto nasce da una reale esigenza espressa dal Comando della Polizia Città di Lugano, che desidera implementare un sistema per la reportistica e il monitoraggio dell'attività operativa.

Lo studio analizza innanzi tutto la situazione esistente per quanto riguarda la gestione dei dati, i processi coinvolti e la loro ubicazione all'interno delle banche dati.

A fronte dell'analisi è già stato possibile riassumere le principali criticità rilevate e sviluppare delle proposte correttive.

In seguito, lo studio si è focalizzato sulla strategia, con lo scopo di identificare degli indicatori chiave partendo dalla missione primaria alla base dell'organizzazione. Grazie all'ausilio di nozioni di management strategico, sono stati identificati la missione, la visione, i valori e gli obiettivi strategici della Polizia, con lo scopo finale di allestire un piano costituito da indicatori chiave e indicatori informativi.

Grazie a una simulazione basata sui dati storici, è infine stato sviluppato un piano di azione strategico che permetterà al Comando di ottenere maggiori informazioni dai dati statistici e una migliore interpretazione degli stessi, facilitando il processo decisionale.

Obiettivi

- Comprendere la situazione attuale e valutarne l'impatto sulle procedure.
- Identificare le informazioni rilevanti da monitorare (KPI)
- Essere in grado di rappresentare regolarmente la situazione oggettiva dell'organizzazione.
- Elaborare un piano di azioni strategiche e preventive sulla base della fluttuazione degli indicatori chiave.
- Sviluppare una proposta concreta per implementare il progetto.

Strumenti economici

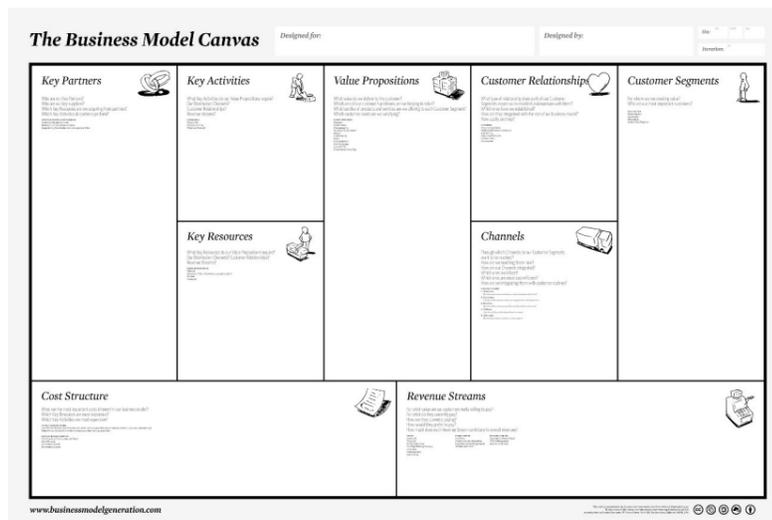
- Management strategico
- Statistica (studio qualitativo e quantitativo)
- Organizzazione strutturale e procedurale
- Project e risk management

Lavoro svolto presso

Polizia Città di Lugano
6900 Lugano



Tamara-Sophie Dräyer ITS - Strumento di comunicazione per migliorare la percezione della qualità



Descrizione

La Cetra Alimentari SA opera nel settore della grande distribuzione organizzata (GDO).

Lo studio vuole analizzare e definire la miglior strategia per la creazione di un progetto e-commerce funzionale e redditizio.

Per raggiungere l'obiettivo (rendere operativo un e-commerce) sono previsti: un'analisi del committente (mandatario), un'analisi di mercato, uno studio di fattibilità e la redazione di un Business Plan.

L'approccio all'analisi e all'implementazione dello studio di fattibilità passa attraverso una prima parte che viene riassunta in un modello di Business Canvas.

Dati gli elementi sopra citati, si andrà ad approfondire le possibili piattaforme su cui appoggiare l'e-commerce.

Nella terza fase vengono analizzati gli aspetti logistici come: il mantenimento della catena del freddo, gestione magazzino, confezionamento, spedizione, ecc. così come il marketing e le risorse umane.

L'ultima fase dello studio è dedicata all'analisi dei costi.

Obiettivi

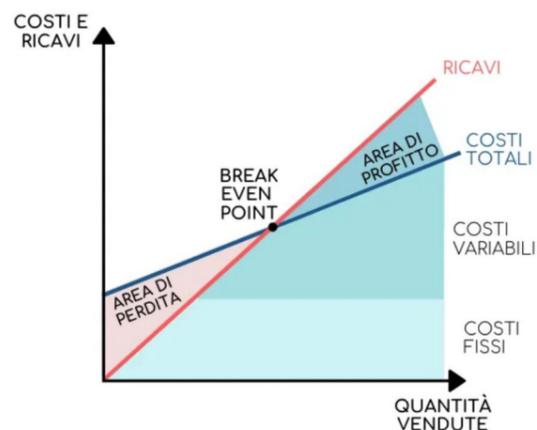
Oggi a seguito dell'accelerazione avuta con la pandemia, Cetra Alimentari SA, ha la necessità di costruire progetti di vendita paralleli all'attività principale, nello specifico la vendita online. L'azienda vuole poter vendere differenti prodotti o differenti porzionature direttamente al consumatore finale (B2C).

Strumenti economici

- Analisi di mercato (fattori endogeni ed esogeni)
- Analisi SWOT e azioni strategiche
- Business Plan
- Business Model Canvas
- Risk management
- Flussi di lavoro previsionali
- Marketing
- Conduzione e gestione delle HR

Lavoro svolto presso

Cetra Alimentari SA
6805 Mezzovico-Vira



Silvia Fontana **Introdurre la settimana lavorativa ridotta nel settore pubblico / amministrativo**



Descrizione

La digitalizzazione e i processi di lavoro negli ultimi anni hanno imposto ad aziende e lavoratori di sottoporsi a ritmi di lavoro molto stressanti per poter stare al passo con i tempi. Inoltre, attualmente ci si confronta con un cambio generazionale che ha una visione diversa per quanto concerne la politica ed il lavoro, la quale crede che non debba essere per forza il lavoro a determinare una persona, guarda piuttosto alla salute ed al benessere.

I livelli di stress al quale i lavoratori sono sottoposti quotidianamente sia sul posto di lavoro che nelle attività private stanno creando diversi problemi anche alle aziende stesse e allo Stato, causando perdita di produttività.

Verranno analizzati i dati di stati ed aziende che hanno già testato la settimana lavorativa ridotta, e tutte le implicazioni che questo tipo di progetto porta con sé.

Il lavoro ha lo scopo di fornire degli esempi pratici sull'applicazione della settimana lavorativa ridotta all'interno del settore amministrativo, nel caso specifico amministrativo/pubblico.

Obiettivi

- Definire metodo da applicare
- Appurare il reale interesse
- Definire in quale modo mettere in pratica sul posto di lavoro
- Definirne la fattibilità

Strumenti economici

- Analisi SWOT e azioni strategiche
- Gestione delle assenze
- Change management
- Diagramma di flusso
- Obiettivi SMART
- Valutazione degli obiettivi
- Project Manager

Progetto svincolato dal datore di lavoro

Vittorio Fossa **Studio di fattibilità per l'apertura di un'impresa agricola in Ticino**



CONTO ECONOMICO

CONTO ECONOMICO PREVISIONALE	ANNO I	ANNO II	ANNO III
Ricavi da peperoncino fresco	5'290.00	6'348.00	7'268.00
Ricavi da peperoncino secco	11'109.00	13'330.80	15'262.80
Ricavi da olio piccante	2'484.00	2'970.00	3'402.00
Ricavi da crema di peperoncino	7'187.50	8'625.00	9'875.00
Costo per materie prime, di consumo e merci	-3'234.00	-3'513.00	-3'889.00
Costo della manodopera	-12'530.00	-13'265.00	-14'000.00
Costi di costituzione	-350.00	-	-
Energia	-251.00	-281.00	-308.00
Affitto	-1'100.00	-1'200.00	-1'200.00
Marketing	-1'600.00	-1'350.00	-900.00
Vendita	-400.00	-450.00	-500.00
Ammortamenti	-2'293.00	-2'293.00	-1'444.00
Assicurazione	-680.00	-680.00	-680.00
Risultato d'esercizio ante imposte	3'632.50	8'241.80	12'886.80
Costi imposte dirette (20%)	-726.50	-1'648.36	-2'577.36
Risultato d'esercizio dopo le imposte	2'906.00	6'593.44	10'309.44

Descrizione

Il progetto nasce dalla passione per l'agricoltura, in particolar modo la coltivazione della pianta del peperoncino piccante. Da tempo sto valutando di convertire questo impegno in un business di nicchia. L'attività dovrà essere composta dalla coltivazione sul nostro territorio e dalla vendita all'ingrosso e al dettaglio di peperoncino e dei suoi derivati.

Verrà pianificata una strategia e svolta una ricerca di mercato, ponendo l'accento sulla concorrenza e sul vantaggio competitivo. Si prenderà una decisione sulla forma giuridica e si farà la stima dei volumi di vendita. Si potrà così pianificare il processo di produzione, valutandolo in termini di spazio, tempo e costi.

In seguito verranno determinati canali di distribuzione e prezzi di vendita. Sarà infine redatta una pianificazione economico finanziaria dei primi tre anni di attività.

Attraverso questo lavoro sarà delineata la strategia e valutati i fattori interni ed esterni per l'avvio dell'attività. verrà misurata la sostenibilità a livello economico e finanziario dell'idea imprenditoriale. In ultimo si prenderà una decisione sull'apertura dell'azienda, esaminando le prospettive future e proponendo idee e spunti su cui continuare a lavorare prima e dopo l'eventuale apertura.

Obiettivi

- Valutare caratteristiche e opportunità del progetto
- Pianificare dei processi efficaci ed efficienti
- Determinare la sostenibilità e la redditività dell'idea imprenditoriale
- Disporre di una pianificazione economica e finanziaria su tre anni
- Prendere una decisione sull'apertura dell'azienda

Strumenti economici

- Analisi SWOT e azioni strategiche
- Analisi di mercato (fattori endogeni ed esogeni)
- Pianificazione e analisi dei processi
- Analisi dei costi
- Pianificazione e analisi economico-finanziaria
- Valutazione aziendale

Progetto svincolato dal datore di lavoro

Luca Frasa **Espansione dell'azienda vitivinicola Frasa**



Descrizione

L'azienda vitivinicola fratelli Carlo e Luca Frasa è presente sul territorio cantonale dal 2008. Fondata dal signor Frasa Roberto è passata successivamente ai figli Carlo e Luca.

L'azienda viene gestita a conduzione familiare e per tutti i componenti si tratta di attività secondaria. Essendo un'azienda di piccole dimensioni e non avendo attualmente le basi economiche necessarie, la vinificazione viene affidata ad un enologo professionista, il quale gestisce il processo di vinificazione ed imbottigliamento.

Attualmente l'azienda coltiva quasi 2 ettari di vigneti. La maggior parte di essi sono a bacche rosse, mentre una piccola percentuale a bacche bianche.

I vigneti sono situati nei distretti della Leventina e della Riviera, più precisamente nei comuni di Biasca, Bodio, Pollegio, Personico e Giornico.

La produzione totale si attesta a circa 6/7 mila bottiglie di vino all'anno, ed il rimanente delle uve viene venduto.

La clientela attuale è prevalentemente ticinese con una piccola quota di clientela nazionale. I clienti principali sono: clientela privata, ristorazione e clientela aziendale.

L'obiettivo di progetto è valutare la fattibilità di acquisire maggior importanza a livello cantonale e nazionale.

Obiettivi

- Investimento necessario per attrezzature di vinificazione nei prossimi 5 anni
- Incremento quota di mercato ristorazione e clientela privata in Ticino
- Acquisizione quota di mercato a livello nazionale
- Stringere partneriati con grossisti ed intermediari
- Incremento notorietà del marchio

Strumenti economici

- Calcoli ed analisi dell'investimento
- Business Model Canvas
- Analisi di mercato (fattori endogeni ed esogeni)
- Marketing (strategie promozionali)
- Promozioni
- Processi integrati per la gestione del magazzino

Lavoro svolto presso

Azienda vitivinicola Fratelli
Carlo e Luca Frasa
6772 Rodi-Fiesso



Marco Meschini **Fiduciaria NOYS**

1. % lavorativa Passaggio da dipendente ufficio tassazione e indipendente. Che percentuale?
2. Preparazione Contatto e accordo con venditore per acquisto parte della cifra d'affari.
3. Modalità di passaggio della clientela Determinare il passaggio della clientela.
4. Acquisizione delle partnership Contatto e accordo con terze parti per i nuovi servizi offerti: immobiliare, assicurativo, finanziario e criptovalute.
5. Formazione Determinare la modalità di formazione a terzi (principianti, intermedi) per la gestione di criptovalute nell'ambito privato e professionale e fiscale.

Descrizione

Con l'esperienza maturata in 15 anni passati presso l'ufficio circondariale di tassazione di Locarno nel ruolo, inizialmente, di tassatore gruppi base e progredendo poi nella gerarchia interna diventando successivamente Ispettore Fiscale. Mi sono trovato nella situazione di voler progredire ancora e poter passare dall'altra parte della "scrivania" svolgendo il compito di fiduciario.

Per potermi avventurare in questa nuova e straordinaria esperienza, dovevo necessariamente avere un diploma federale riconosciuto per potere fare richiesta della licenza quale fiduciario commercialista.

Per questo ho scelto questa formazione che, durante lo svolgimento di questi tre anni, ha potuto ampliare il mio bagaglio in misura decisamente più vasta del previsto.

Grazie a queste nuove nozioni e alle mie conoscenze nei settori: immobiliari, bancari, assicurativi e di criptovalute; ho deciso, oltre alla fiduciaria, di stringere accordi con terzi per la "consulenza" e la coccola dei miei futuri clienti per poter dare loro un insieme di servizi per coprire ogni loro esigenza nei rami appena descritti.

Obiettivi

- Disporre di una pianificazione finanziaria proiettata sui prossimi cinque anni
- Determinare partnership con brokeraggio assicurativo, immobiliare, finanziario e formazione criptovalute
- Ampliare il servizio di consulenza criptovalute operativo e fiscale

Strumenti economici

- Calcoli e analisi investimenti
- Analisi di mercato e clientela
- Analisi SWOT (oggi e futura)
- Analisi di mercato (portafoglio clientela)
- Modalità di finanziamento (esterno e interno)
- Ricerca di mercato (potenziali partnership)
- Analisi servizio criptovalute e blockchain

Progetto svincolato dal datore di lavoro

Tamara Milosevic **Happy Bunny - Asilo Nido**



Descrizione

Lo studio servirà a valutare la fattibilità di aprire un asilo nido, Little Bunny, nel Bellinzonese e di avviare un'attività che mi permetterebbe di lavorare da indipendente con benefici economici e nella sfera privata.

Con il lavoro riuscirò a capire le aspettative che l'utente ha verso un servizio educativo e sociale per bambini e neonati, questa informazione mi sarà utile per avere una visione a 360° di come avviare e gestire l'asilo.

La prima fase sarà concentrata su accurate analisi della clientela, concorrenza e la potenziale domanda di mercato. Grazie a queste analisi riuscirò in seguito a prevedere il fabbisogno di capitale (forme di finanziamento) e di personale.

In questo campo l'osservazione delle normative legali del settore è molto importante, perciò, bisogna documentarsi in modo approfondito.

Per assicurare che i bambini crescano nel miglior modo possibile Happy Bunny avrà personale qualificato ed esperto.

La seconda fase del lavoro sarà concentrata nell'analizzare la parte finanziaria definendo il costo iniziale dell'investimento come anche nel calcolo dei costi legati al personale poiché sarà uno dei costi più importanti che la struttura dovrà sostenere.

La fase finale tratterà le conclusioni in base ai dati ottenuti e le raccomandazioni per continuare e sviluppare il progetto.

Obiettivi

- Svolgere un'analisi di mercato per l'inserimento di un nuovo asilo nido nel Bellinzonese
- Valutare la sostenibilità del progetto
- Analisi rischi e opportunità
- Creare un vantaggio competitivo rispetto alle altre strutture del settore.
- Calcolo del fabbisogno di personale
- Valutare il quadro legale e normativo del settore

Strumenti economici

- Analisi SWOT e azioni strategiche
- Business Model Canvas
- Modello delle 5 forze competitive di Porter
- Business Plan
- Pianificazione economica-finanziaria

Progetto svincolato dal datore di lavoro

Alessandro Moreira **Studio di fattibilità: apertura di un locale di "patate ripiene"**



Descrizione

All'interno del settore della ristorazione fast food nella regione di Lugano c'è un mercato contraddistinto da una forte concorrenza.

In diverse città europee, propongono una pietanza originale (la patata ripiena). In Ticino manca un'offerta analoga, ed è stato deciso di inserirla nella regione di Lugano attraverso uno studio di fattibilità.

Il locale punta a inserirsi nel mercato di sbocco con un menu attento alle esigenze alimentari e una pietanza personalizzabile.

Lo studio è stato effettuato analizzando le grandezze economiche che possono influire nell'attività del locale e il suo rendimento e osservando le normative e gli aspetti giuridici che servono per avviarla.

Attraverso questo progetto si è riusciti a dimensionare il personale e le spese in modo da assicurare la giusta operatività del locale e conseguire degli utili.

Il risultato ottenuto dal locale soddisfa le aspettative producendo degli utili che provano la sua solidità finanziaria.

Obiettivi

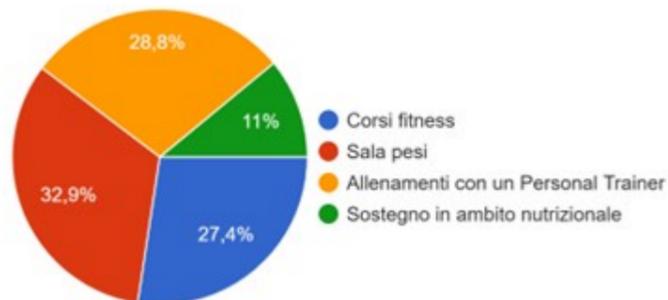
- Aprire un locale specializzato
- Analisi del mercato della concorrenza e il pubblico di riferimento
- Pianificare il luogo di apertura del locale
- Calcolare il fabbisogno di personale
- Calcolare il consumo di materie prime ed elaborare il menu
- Calcolare i costi e i ricavi e redigere i risultati

Strumenti economici

- Analisi e ricerca di mercato
- Modello delle 5 forze competitive di Porter
- Calcolo del volume delle attività
- Diagramma delle funzioni
- Analisi de calcolo dei costi e dei ricavi
- Analisi SWOT e azioni strategiche
- Pianificazione economico-finanziaria

Progetto svincolato dal datore di lavoro

Karin Puddu **Kappa Fitness Sagl** - Analisi di fattibilità



Descrizione

Il progetto analizza la fattibilità per l'apertura di un centro fitness in Ticino, mercato in continua crescita ed evoluzione; sempre più persone sono interessate ad uno stile di vita sano sia a livello alimentare che fisico.

Un ruolo fondamentale dei centri fitness è la promozione di uno stile di vita sano: grazie al quale si fa prevenzione dal manifestarsi di potenziali patologie.

Per lo svolgimento del progetto sono stati definiti i servizi offerti, il target e le potenziali esigenze dei clienti.

È stata svolta un'analisi della concorrenza per lo sviluppo del piano di marketing da adottare.

Definiti i punti principali è stato elaborato il piano operativo per l'erogazione dei servizi ed elaborata l'organizzazione aziendale, definendo il fabbisogno di risorse quali: umane, attrezzature e infrastruttura.

È stata definita la tipologia d'impresa e analizzati gli aspetti legali.

A conclusione sono stati analizzati i costi ed è stato sviluppato un piano finanziario previsionale su 3 anni sulle ipotesi dei volumi.

Obiettivi

- Tipologia del servizio offerto
- Ricerca e segmentazione della potenziale clientela
- Concorrenza
- Aspetti di marketing
- Piano operativo ed organizzazione
- Analisi delle risorse umane necessarie
- Aspetti legali
- Analisi dei costi d'investimento
- Piano finanziario

Strumenti economici

- Analisi di mercato (concorrenza)
- Risk management
- Piano di marketing
- Calcoli ed analisi dell'investimento
- Pianificazione economico-finanziaria

Progetto svincolato dal datore di lavoro

Sara Stanusic **Strategie di marketing per l'ampliamento del portafoglio clienti**



Descrizione

Il Campeggio accoglie ogni anno i suoi ospiti per la stagione estiva in un'oasi immersa nel verde.

Rispetto a dieci anni fa, il campeggiatore di oggi è alla ricerca di una esperienza unica e particolare.

Il Campeggio, mira sempre di più ad ampliare e adattare il suo servizio alle famiglie.

Prima di tutto il progetto verterà su un'analisi di mercato, dove capiremo le esigenze e cosa cerca questo tipo di target clienti, per le loro vacanze in campeggio.

A seguito dei risultati ottenuti, verrà creato un piano di marketing, utilizzando le giuste vie di comunicazione che provvederà ad un aumento del portafoglio clienti.

Inoltre, grazie al risultato dello studio effettuato, i proprietari del campeggio avranno la possibilità di intraprendere investimenti opportuni per la stagione 2023.

Obiettivi

- Capire le esigenze dei campeggiatori adulti con bambini
- Realizzazione di un piano di marketing
- Organizzazione dell'ufficio marketing all'interno dell'azienda
- Aumento della presenza su portali digitali
- Aumento del portafoglio clienti

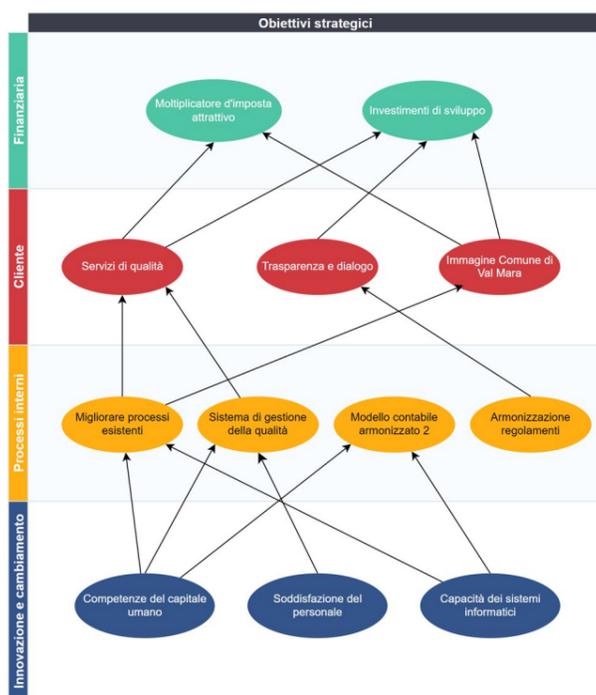
Strumenti economici

- Analisi SWOT e azioni strategiche
- Business Model Canvas
- Analisi di mercato (fattori endogeni ed esogeni)
- Marketing mix
- Matrice di Boston

Lavoro svolto presso

Informazione non pubblicabile

Mauro Tacchella **Strategia e Business Intelligence nel Comune di Val Mara**



Descrizione

Il Comune Val Mara è nato ad aprile 2022 dall'aggregazione dei Comuni di Maroggia, Melano e Rovio, diventando uno snodo importante situato tra Mendrisio e Lugano.

Val Mara ha una struttura organizzata, che permette di rispondere in modo più adeguato alle esigenze dei cittadini.

Il progetto definisce innanzitutto una strategia a medio-lungo termine, che serve quale base per l'introduzione di un sistema di Business Intelligence (BI).

Grazie alla creazione di una Balanced Scorecard (BSC), il Comune ha ora delle linee guida da seguire per migliorare nel compimento della propria missione, nonché per il raggiungimento della visione. Inoltre, è stato inviato un sondaggio ad un gruppo di riferimento, che ha permesso la creazione della struttura di un sistema di BI volto all'analisi delle necessità dei cittadini.

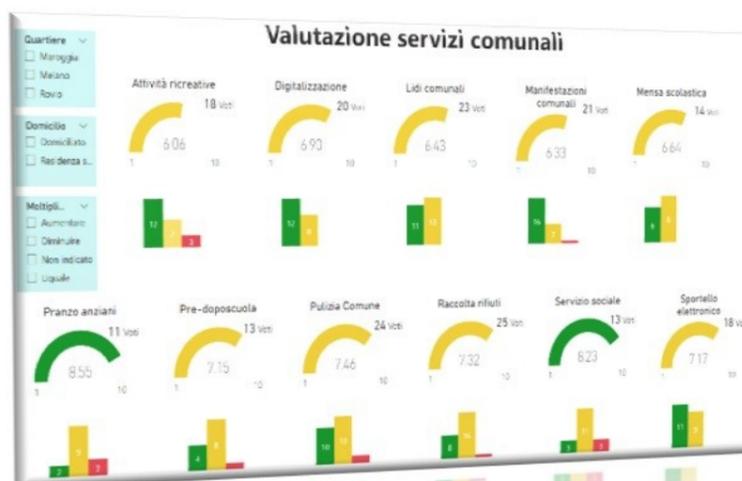
In futuro, con la raccolta dei dati dalla popolazione, sarà possibile ultimare il sistema di Business Intelligence e adeguare la BSC alle reali esigenze.

Obiettivi

- Definire una strategia a medio-lungo termine;
- Introdurre strumenti di Business Intelligence;
- Sfruttare l'analisi dei dati per ottimizzare i servizi;
- Diventare un Comune innovativo

Strumenti economici

- Risk management
- Balanced Scorecard
- Matrice stakeholders
- Analisi SWOT e azioni strategiche
- Analisi TOWS
- Key Performance Indicator
- Microsoft Power BI
- Power Query, DAX



Lavoro svolto presso

Comune di Val Mara



Thaqi Kastriot Tre spicchi di una sfera



Descrizione

La società Denis Generalbau GmbH è una nuova startup nata a gennaio 2022 nel Canton Argovia, a Mellingen. Essa si occupa di progettazione immobiliare, direzione lavori e di contabilità nella Svizzera tedesca, per cui tre settori diversi sotto un unico mantello.

Nel momento in cui una società si immette in un mercato deve avere la conoscenza di tutto ciò che la caratterizza. Non disponendo di un'analisi in tal senso, con il presente progetto si è voluto dare una risposta dettagliata a tali esigenze, con l'obiettivo finale di ottenere un documento che disponga di un'analisi dettagliata della società sul mercato in cui opera.

Di conseguenza, per adempire al mandato, è stato necessario fare un lavoro di ricerca del mercato; inizialmente con le caratteristiche aziendali, per cui; la sua composizione, l'idea imprenditoriale e l'analisi del suo servizio. Proseguendo con la definizione dei concorrenti e dei clienti, oltre a ciò, è stato indispensabile svolgere l'analisi SWOT per identificare le sue caratteristiche (fattori esogeni ed endogeni), ed infine l'analisi dei rischi a cui è sottoposta.

Nella fase conclusiva si ha elaborato il piano finanziario previsionale dei tre anni successivi, il quale si basa su previsioni e stime. Nonostante sia un mercato difficile e concorrenziale, dalle analisi svolte risultano nuove opportunità da cogliere.

Obiettivi

- Analizzare la società ed il mercato di riferimento
- Analizzare il servizio offerto
- Ottenere la visione dettagliata e le caratteristiche del mercato in cui opera la società
- Definire gli obiettivi, la missione, la visione e i valori
- Analisi e definizione della concorrenza del settore
- Definire i rischi legati al business.
- Disporre di una pianificazione finanziaria proiettata per i prossimi tre anni
- Proporre opportunità future

Strumenti economici

- Tabella SMART
- Modello delle 5 forze competitive di Porter
- Pianificazione economico-finanziaria
- Analisi SWOT e azioni strategiche

Lavoro svolto presso

Denis Generalbau GmbH
5507 Mellingen

