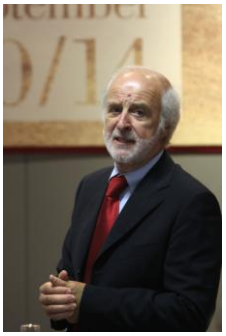
CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

FEDERPREZIOSI
FEDERAZIONE NAZIONALE DELLE IMPRESE
ORAFE GIOIELLIERE ARGENTIERE OROLOGIAIE



PROGRAMMARE I MARGINI DEL PUNTO VENDITA

Relatore: **Leonardo Cilia**

Gestire il proprio punto vendita è come fare un'autoanalisi di quanto accade quotidianamente al suo interno. Rapporti con i fornitori, con la clientela e la gestione del magazzino sono argomenti di primaria importanza per una vivace presenza sul mercato.
Pertanto, una buona gestione richiede di ponderare con oculatezza le scelte che caratterizzeranno la vita del punto vendita al fine di essere competitivi: la giusta proporzione tra i prodotti presenti in assortimento con le loro relative fasce di prezzo e la ripartizione tra prodotti branded e non in relazione al posizionamento ed il tipo di clientela del punto vendita sono elementi da combinare assieme nella giusta dose, senza trascurare le offerte dei concorrenti non necessariamente del comparto orafo gioielliero ed argentiero.
Tutto ciò è possibile attraverso un modello di simulazione dei margini prodotti con differenti combinazioni di questi elementi da cui il punto vendita può prevedere i propri risultati e quindi controllare l'andamento reale dei margini e del magazzino.

- **Dal posizionamento strategico all'offerta commerciale di famiglie prodotti- materiali- prezzi- marche;**
- **Previsioni di vendita e di acquisto per famiglie- materiali- prezzi- marche;**
- **Simulazione dei margini realizzabili con diversi mix di famiglie- prezzi- marche;**
- **Sistema di controllo delle vendite per pilotare la gestione (acquisti- magazzino) del punto vendita;**
- **Dall'altra parte del bancone: le impressioni del consumatore/cliente;**
- **Il concetto di posizionamento;**
- **Il concetto di assortimento;**
- **Acquisto come conseguenza delle scelte di posizionamento e di assortimento del punto vendita;**
- **La gestione dei rapporti con la filiera.**

Leonardo Cilia è consulente e docente di marketing e sviluppo organizzativo - docente alla New Yorker University di Milano, collabora da oltre un lustro con la Federpreziosi in qualità di consulente, analizzando il mercato al dettaglio nelle sue varie sfumature.

00162 ROMA – VIA RE TANCREDI, 8
Tel. 06.44.04.105 – Tel. 06.44.25.12.29 – Fax 06.44.25.12.29
Web site: www.federpreziosi.it
E.mail : federpreziosi@confcommercio.it