

Resoconto Business Game

Azienda DarkSide

Nei primi periodi del business game abbiamo impostato una strategia di tipo ATO (assemble to order), producendo quindi i nostri prodotti su previsione fino al pre-assemblaggio e su ordinazione la fase dell'assemblaggio. Il motivo di tale scelta viene giustificata dalla volontà di ottenere un vantaggio delle prestazioni interne in termini di tempo e dalla volontà di ottenere una struttura più flessibile al fine di rispondere alle diverse esigenze del mercato.

Questo tipo di approccio è stato mantenuto per i primi quattro periodi.

Successivamente, osservando l'andamento del mercato abbiamo scelto di competere adottando una strategia di leadership di costo per quanto riguarda le lavatrici (data l'elevata sensibilità al prezzo dei consumatori) e una strategia di differenziazione per quanto riguarda le asciughe biancherie (data la sensibilità al prodotto e al servizio). In questo primo periodo ci siamo concentrati, per quanto riguarda la produzione, sulle lavatrici in quanto più richieste.

Le prime scelte fatte soprattutto in termini di struttura interna, non ci hanno dato però buoni risultati in quanto abbiamo impostato pochi dipendenti, troppo outsourcing e infine abbiamo riscontrato costi troppo elevati.

Dal terzo periodo abbiamo così aumentato il numero dei lavoratori, diminuito la percentuale di outsourcing e puntato sul marketing, ricerca e sviluppo ecc... riportando la nostra azienda ad una notevole ripresa.

Notando che il mercato delle lavatrici stava diventando sempre più saturo ci siamo concentrati più sulle asciughe biancherie registrando il record delle produzioni e vendite.

Nel quinto periodo abbiamo scelto poi di adottare una risposta al mercato di tipo MTO (Make To Order) per cercare di smaltire al massimo il magazzino, dovuto all'eccesso di produzione del periodo precedente, ma con poco risultato a causa dell'aggressiva competizione.

Negli ultimi due periodi infine abbiamo scelto di disinvestire nelle lavatrici in quanto mercato ormai saturo e continuato ad operare nel mercato delle asciughe biancherie terminando con un recupero in termini di guadagno.

Lavoro realizzato da:

Stefano Talucci (matricola N. 108834), capogruppo del gruppo TALUCCI.

Indirizzo e-mail: stefano.talucci@studenti.unite.it

Aurora Di Giosia (matricola N. 109638), componente del gruppo TALUCCI.

Indirizzo e-mail: auroradigiosia@gmail.com

Chiara Grilli (matricola N. 110107), componente del gruppo TALUCCI.

Indirizzo e-mail: Chiaragrilli21@gmail.com

Daniela Di Mattia (matricola N. 108832), componente del gruppo TALUCCI.

Indirizzo e-mail: danidimattia@gmail.com