

Progetto Business Plan management & business Planning

Erika De Dominicis
Gaia Carlucci
Alessia Fiore Smargiassi

**Tour
della
nostra
terra**

Presentation by
Reallygreatsite

-
-
-
-
-



Fondatrice del brand

CEO dell'azienda "Sparagn & Cumbarisc"

Anastasia Massone.

Modi di dire, piatti tradizionali, luoghi simbolo. Tutto ciò che è Abruzzo diventa moda per "Sparagn & Cumbarisc".



Premessa

Il nostro progetto punta a mettere in evidenza i punti di forza di questo brand attraverso strategie di marketing locale. Proseguiremo, quindi, nella spiegazione di come Anastasia ha strutturato il proprio negozio, situato a Vasto (CH), in concetti quali: analisi SWOT; analisi VRIO; piano marketing; matrice di Ansoff; progetti futuri della CEO e politiche aziendali.



Introduzione al progetto imprenditoriale

Il progetto imprenditoriale, nonché la mission di "Spargan e Cumbarisc", consiste nel far conoscere meglio il dialetto e la tradizione abruzzese. Questo brand si concentra principalmente sul settore dell'abbigliamento e dell'oggettistica.



Tiene viva la tradizione abruzzese
con una grafica che unisce il
moderno al tradizionale;
Persegue una blue ocean strategy;
Limitata concorrenza;
Attenzione verso l'ecosostenibilità.

weaknesses

Richieste in aumento di
determinati prodotti;
Aumento di pubblicità da parte
dei follower;
Collaborazione con altri enti locali.

threats



strengths

Carenza di personale;
Partnership inesistenti;
Unico store in tutto l'Abruzzo.

opportunities

Imitazioni;
Pandemie o crisi economiche;

Le politiche ambientali di
sparagn e cumbarisc



Ècosostenibilità e politica plastic free



Sparagn e cumbarisc presta molta attenzione a quello che è l'ambiente con tutte le sue problematiche.

Di fatti, nel piccolo negozio la CEO mette a disposizione shopper bag composte principalmente da cotone e da yuta; tazze di latta (destinate quindi ad avere lunga vita) e per il packaging dei prodotti vengono utilizzate esclusivamente buste di carta.



sacchetti del pane provenienti direttamente dal fornaio di fronte al suo negozio.



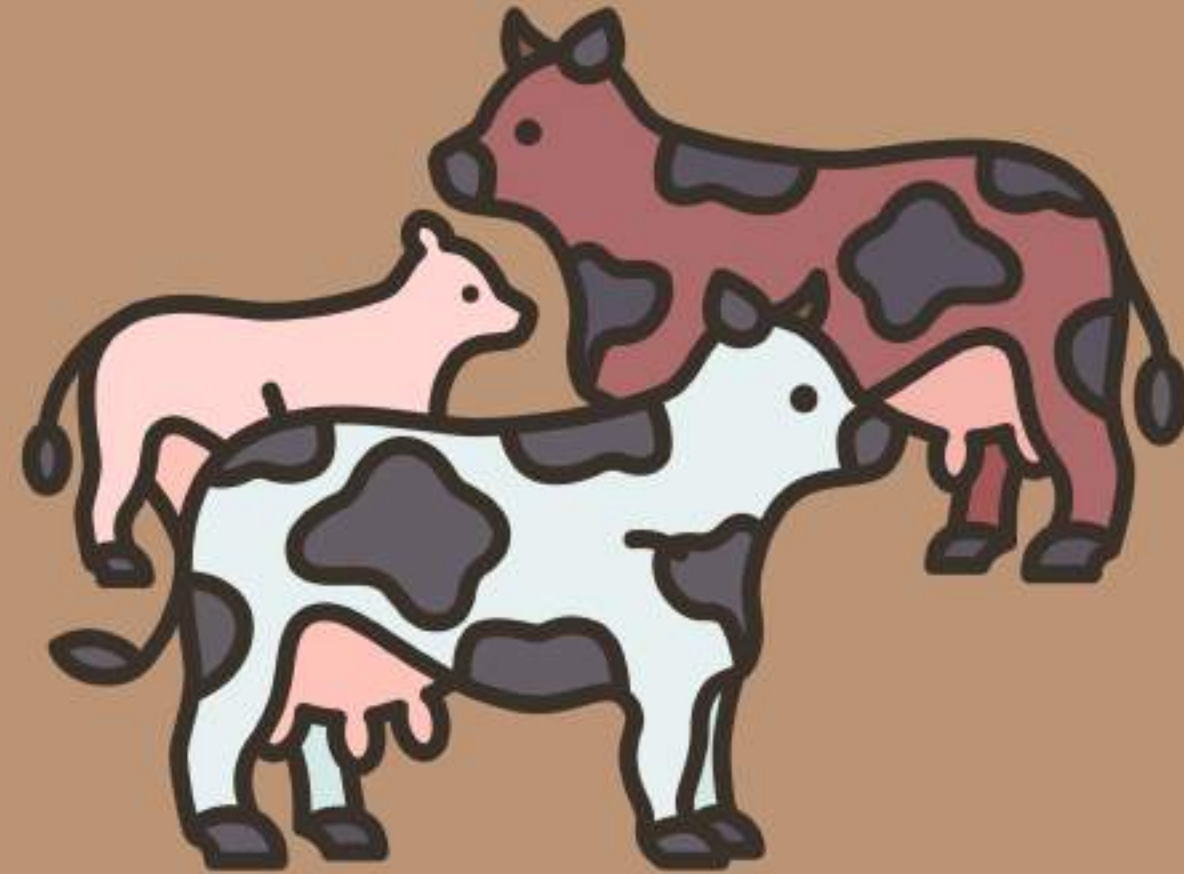
Veganuary

Il "Veganuary" è un movimento mondiale che promuove la cucina vegana e vegetariana. Partendo da questa iniziativa, la CEO ha pubblicato, agli inizi di Gennaio sul proprio blog, un articolo scritto interamente da lei riguardo "5 ricette vegane abruzzesi".

Allevamenti intensivi

Gli allevamenti intensivi occupano la seconda posizione tra i settori più inquinanti al mondo.

A tal proposito, "sparagn e cumbarisc" sarà molto attenta a questa tematica, soprattutto per i progetti futuri...



Progetti futuri



Ricettario "green"

Saranno presenti le ricette dei piatti tradizionali e più poveri della cucina abruzzese. Tutti in chiave vegana e vegetariana.



Bistrot della tradizione

Apertura di un bistrot con cucina tradizionale abruzzese per tutte le esigenze dei clienti (vegana, vegetariana, gluten free, "onnivora").



Piano Marketing. Le quattro "P".

P

Product: packaging di qualità e sostenibili.

P

Price: prezzi relativamente bassi e accessibili a tutti.

P

Promotion: utilizzo dei social più diffusi e blog personale.

P

Place: unico negozio fisico.
E-commerce online.
Spedizione con corrieri.

OUTSOURCING

"Sparagn e cumbarisc" utilizza la strategia dell'outsourcing, esternalizzando il processo di produzione del prodotto, cioè si rivolge a fornitori esterni per quanto riguarda la reperibilità delle materie prime (magliette, tazze...).

Analisi VRIO

Qui di seguito sono riportati i criteri principali che determinano i vantaggi competitivi dell'azienda "sparagn e cumbarisc".



1

VALORE:

Opportunità: la CEO è rimasta radicata alla propria terra; espansione avvenuta grazie all'uso dei social network e ai flussi turistici; politiche ecofriendly e costi moderati. **Minacce:** Covid-19 che ha bloccato e messo in ginocchio molte aziende; imitazioni rivelatesi fallimentari.

2

RARITÀ:

Come elementi di rarità troviamo principalmente il fatto di riportare frasi o detti del dialetto abruzzese in chiave moderna senza renderli obsoleti, ma al contrario, inclusivi.

3

INIMITABILITÀ:

La CEO per mantenere l'inimitabilità dei suoi prodotti ha deciso di registrarli per evitare eventuali copie da parte dei concorrenti.

4

ORGANIZZAZIONE:

La struttura organizzativa di "sparagn e cumbarisc" è idonea alla sua grandezza. Essendo una micro impresa locale, la CEO ha un solo dipendente a carico che la aiuta nella gestione delle pagine social.

MATRICE DI ANSOFF

MATRICE DI ANSOFF

MARKET SHARE

	Esistenti	Nuovi
Esistenti	<p>A</p> <p>Primi prodotti inizialmente venduti attraverso il passaparola, quindi, senza nessun negozio fisico.</p>	<p>B</p> <p>Subentrano poi i social, attraverso i quali Anastasia si è fatta ancora più strada sia tra le gente del paese sia tra i turisti.</p>
Nuovi	<p>C</p> <p>Dal settore dell'abbigliamento si è passato poi al mondo dell'oggettistica con tazze in latta, spille, cavatappi e molti altri prodotti.</p>	<p>D</p> <p>Espansione verso nuovi mercati in futuro. Uno nel mondo dell'editoria (ricettario abruzzese) e uno nel mondo della ristorazione.</p>