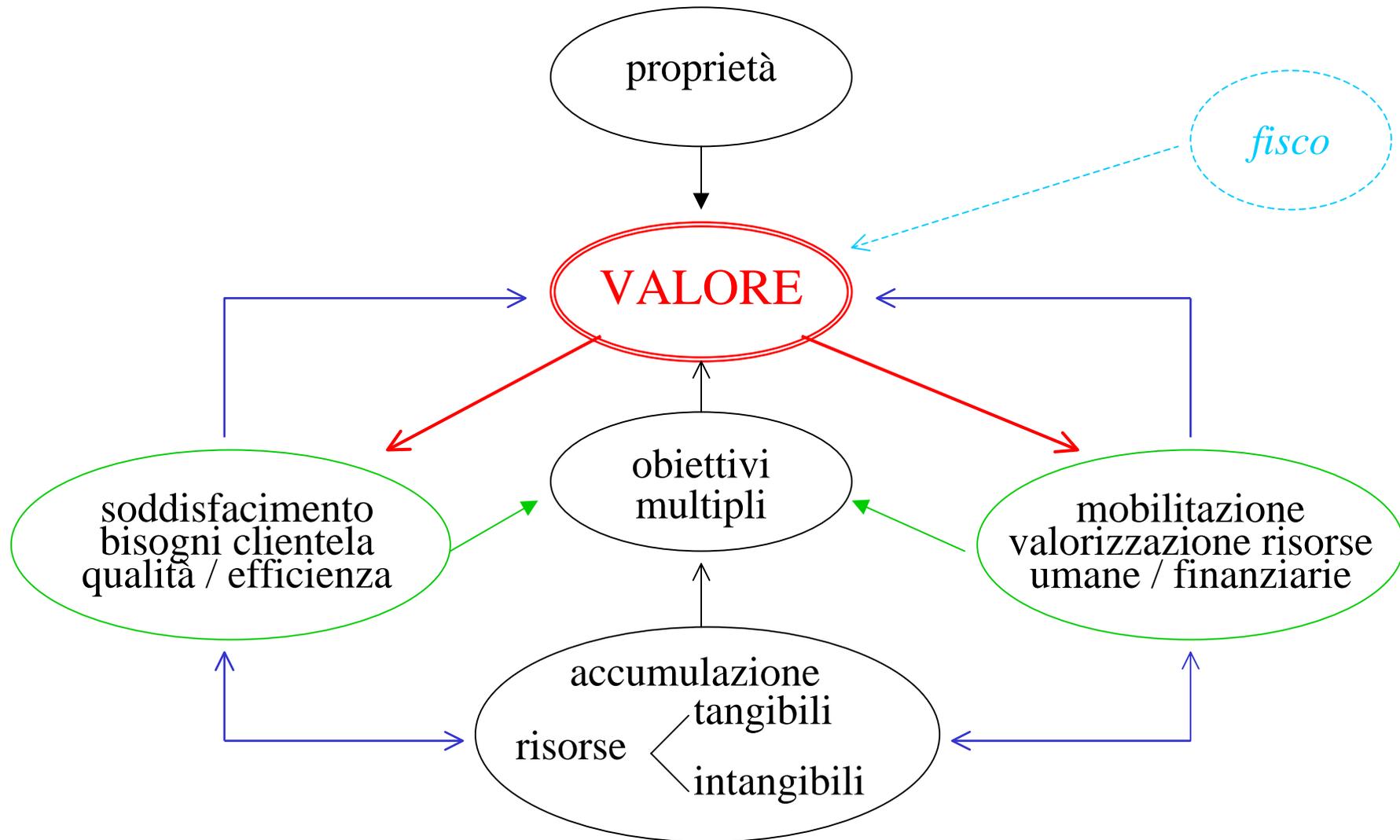
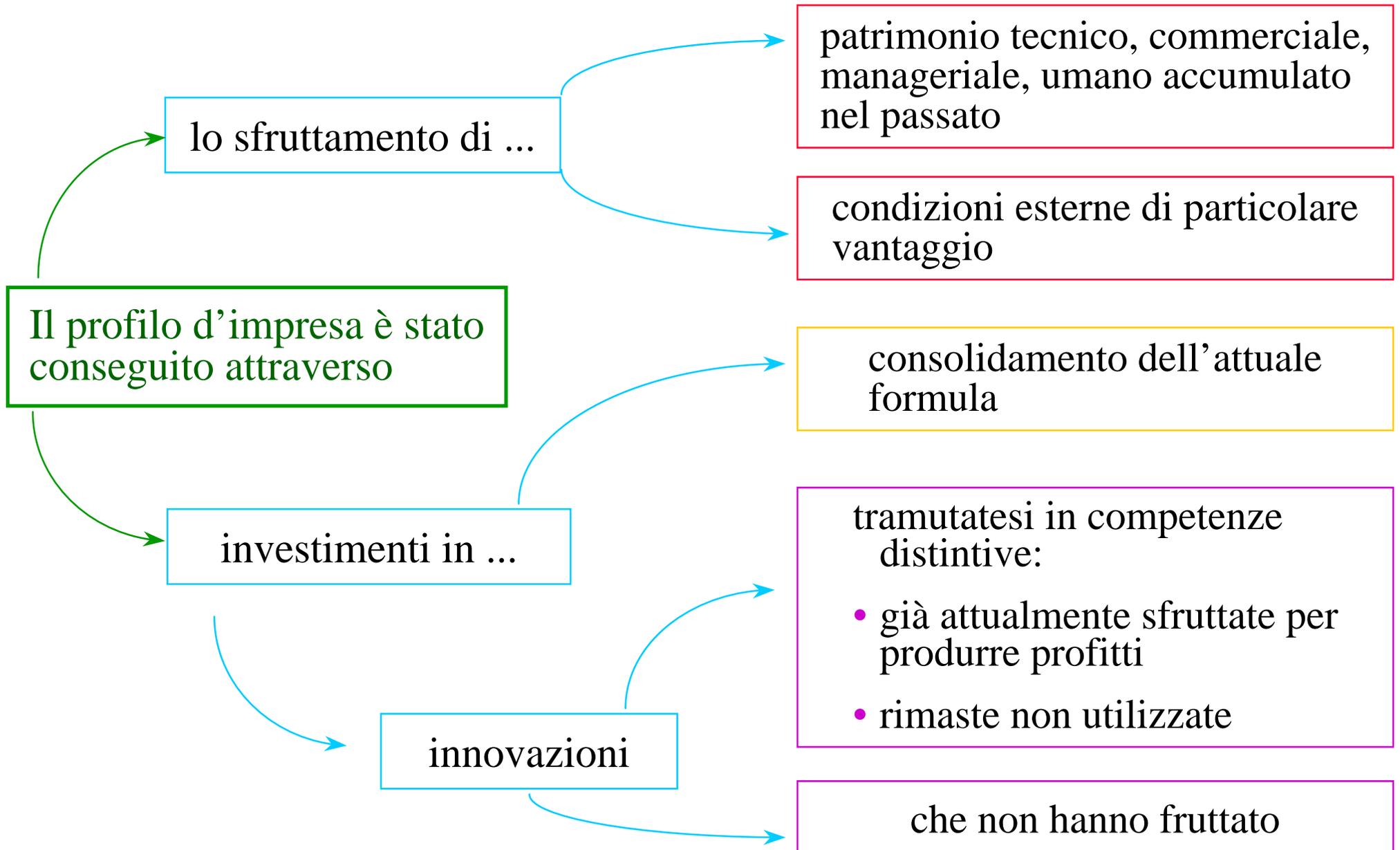


Il valore come vettore degli obiettivi aziendali



Percorso logico per interpretare la qualità del profitto e le prospettive aziendali ad essa collegate

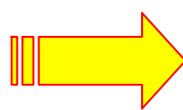


I K E A

➡ Da piccola azienda svedese di vendita per corrispondenza di mobili a grande organizzazione mondiale di vendita al dettaglio di articoli di arredamento

➡ **Fattori di economia dei costi**

- design scandinavo semplice e di qualità
- ricerca su scala mondiale di fornitori di componenti
- efficiente gestione dei magazzini
- servizio self-service



prezzi bassi \approx 25% inferiori
a quelli dei concorrenti

👉 **Idea imprenditoriale**

- ◆ Ridefinizione dei ruoli, rapporti e prassi organizzativa del settore

Nuova divisione del lavoro verso:

⇒ *clienti*

assemblaggio di prodotti e trasporto a casa

⇒ *fornitori*

fornitura di servizi tecnici e commerciali, assistenza tecnica, apparecchiature in leasing

Accordi di co-produzione

forte impatto della tecnologia IKEA al centro di una costellazione di servizi, prodotti, design, gestione.

- ◆ La competizione si sposta dalle imprese ai sistemi di offerta
 - i prodotti e i servizi si fondono al punto di non essere più separabili

IKEA: LEADER MONDIALE NELL'ARREDAMENTO DOMESTICO

DAL CATALOGO DELL'AZIENDA

QUESTO LO FA IKEA

- ➡ Progettazione e sviluppo dei prodotti
- ➡ Imballo in cartoni piatti
- ➡ Selezione, Acquisti e Produzione in grandi volumi
- ➡ Verifica della qualità e funzionalità dei prodotti

QUESTO LO FA IL CLIENTE

- ➡ Verifica – Scelta - Acquisto dei prodotti
- ➡ Trasporto dei mobili a casa
- ➡ Montaggio ed avviamento dei componenti

Insieme risparmiamo soldi

Analisi del business e ridefinizione dei ruoli: dell'azienda, del cliente, dei fornitori, dei dipendenti.

Sistema di creazione continua di valore

