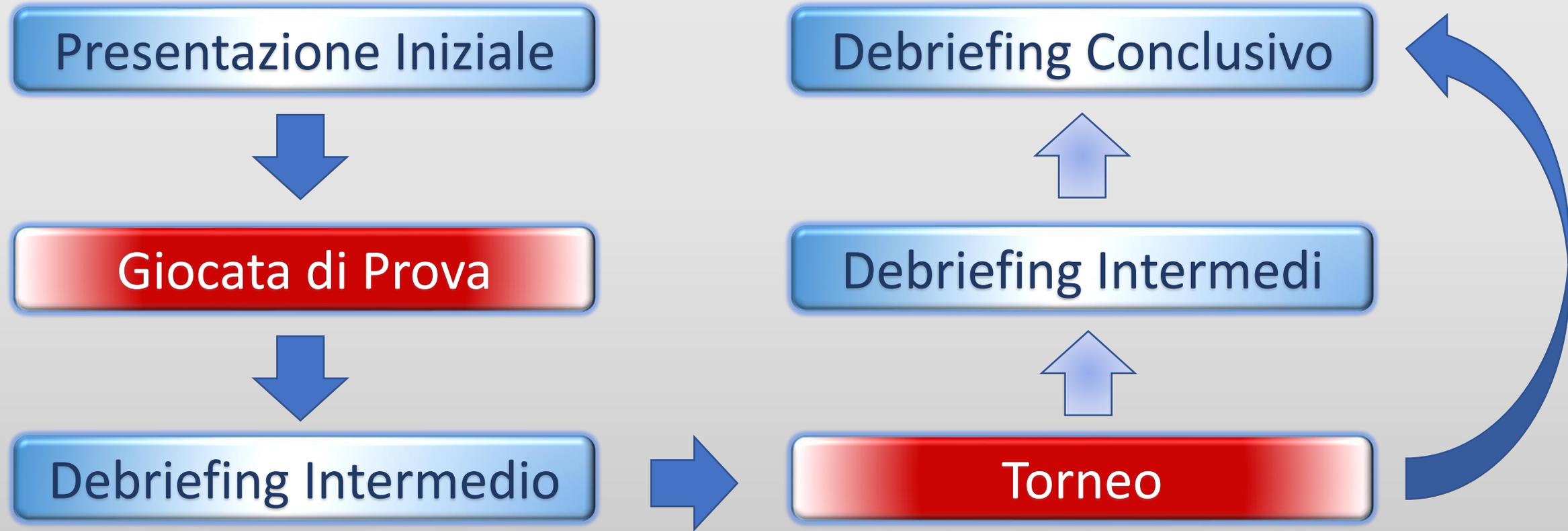


# The Business Game

divertirsi con l'economia



# Metodologia Formativa



# Come funziona il gioco

1. Riunione per effettuare le scelte operative e strategiche
2. Inserimento delle Decisioni
3. Visualizzazione dei Risultati e Analisi
4. Riflessioni

1. PLAN (discussione sulla strategia)
2. DO (inserimento leve operative)
3. CHECK (analisi dei risultati)
4. ACT (avvio azioni correttive)

# Creazione di una Strategia

Obiettivi Strategici

Quota di Mercato

Analisi

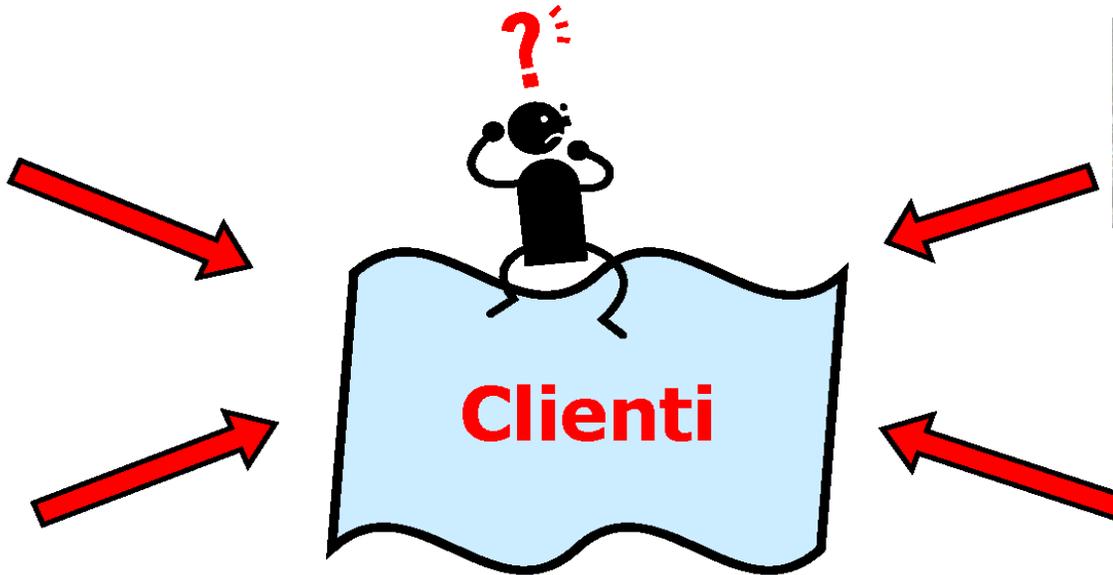
Redditività di mercato  
della concorrenza  
della propria azienda

Leve Operative

Qualitative  
Quantitative

# Ambiente competitivo

- Le aziende producono 2 prodotti
- Tutte le aziende vendono questi due prodotti nello stesso mercato



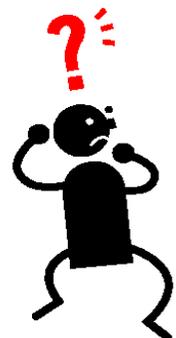
# Il mercato

- Le squadre ricevono **indicazioni** sullo *scenario* (**ambiente competitivo**) in cui andranno a competere



**Parametri**

- Nello scenario sono contenute tutte le informazioni relative al mercato



**Rapporto**  
**Qualità**  
**Prezzo**



# Il rapporto qualità-prezzo (RQP)

- Rappresenta la sintesi dell'opinione del cliente nei confronti dei prodotti offerti dall'azienda.
- **Determina la quota di mercato (QM)** dell'azienda, poiché i pezzi venduti sono proporzionali al RQP
- Il RQP si definisce come la **somma pesata delle tre prestazioni esterne** (ciò che "vede" il cliente):
  - Il **prodotto** offerto
  - Il **servizio** offerto
  - Il **prezzo** di vendita

# Successo aziendale

L'OBIETTIVO DEL GIOCO E' DI  
OTTENERE IL MAGGIOR PUNTEGGIO DI  
**SUCCESSO AZIENDALE**

Il successo aziendale è la somma pesata di:

**Successo Competitivo (peso 30%)**

**Successo Reddittuale (peso 55%)**

**Impatto Ecologico (peso 15%)**

# Successo Competitivo

**Valuta quale azienda ha venduto più pezzi**

Questo valore premia l'azienda con la maggiore penetrazione nel mercato, sommando i pezzi venduti per i due prodotti.



# Successo Reddituale

**Valuta la redditività dell'azienda**

Il successo reddituale considera il valore di due indici di bilancio: il ROS (Return On Sales) e il ROE (Return On Equity)

$$\text{ROS} = \text{EBIT} / \text{Ricavi Aggregati}$$

$$\text{ROE} = \text{EBIT} / (\text{EBIT} + \text{Capitale Sociale})$$

# Impatto Ecologico

## Valuta l'impatto ecologico dell'azienda

Alcune decisioni aziendali possono modificare l'impatto che l'azienda ha sull'ambiente che la circonda.

Level of ecological carefulness



# La Previsione di Vendita

Leva fondamentale per gestire la produzione:

**“Questa leva è necessaria per bilanciare la produzione tra i due prodotti”**

Suddivide la capacità produttiva effettiva tra le due linee di prodotto

# Previsione di Vendita

- Capacità produttiva= 300 pz
- Previsione Prodotto UNO = 100 pz
- Previsione Prodotto DUE = 50 pz

La produzione produrrà con rapporto:

$$\text{Prodotto UNO} / \text{Prodotto DUE} = 100 / 50$$

$$\left\{ \begin{array}{l} \text{Produzione Prodotto UNO} = 200 \text{ pz} \\ \text{Produzione Prodotto DUE} = 100 \text{ pz} \end{array} \right.$$

## Previsione di Vendita (2)

Quando la previsione è inferiore alle scorte in magazzino quel prodotto non andrà in produzione:

Magazzino Prodotto UNO	100 pz
Previsione Prodotto UNO	80 pz

---

Produzione Prodotto UNO **0 pz**

# Creazione di una strategia



# 5 esempi di strategie:

## **DISCOUNT**

**leader di costo**, bassi investimenti, bassa penetrazione di mercato

## **TOP LINE**

**miglior rapporto qualità-prezzo** di fascia alta, alti investimenti, prezzi elevati ma scarso margine

## **INNOVATORE**

alti **investimenti in design**, pubblicità, tecnologia, prestazione di tempo

## **NICCHIA**

**leader nella differenziazione**: alta qualità, flessibilità, gamma, prezzi elevati con elevato margine

## **COMMODITY**

**minimizzazione dei costi** ma attenzione alla **qualità** di prodotto, alti volumi, prezzi medio-bassi

# Profili strategici: leve

Leve di Intervento	<i>Discount</i>	<i>Top Line</i>	<i>Innovatore</i>	<i>Nicchia</i>	<i>Commodity</i>
<i>Margine di profitto</i>	alto	basso	medio-basso	molto alto	molto alto
<i>Promozione &amp; Pubblicità</i>	basso	alto	molto alto	basso	sufficiente
<i>Capacità produttiva</i>	basso	molto alto	sufficiente	molto alto	molto alto
<i>Qualità dei componenti</i>	discreta	eccellente	buona	buona	sufficiente
<i>Assistenza post-vendita</i>	basso	alto	alto	molto alto	alto
<i>Straordinari</i>	no	no	basso	sufficiente	no
<i>Design e Tecnologia</i>	basso	molto alto	molto alto	alto	sufficiente

# Posizionamento

