



 **SM** *value* →
retail

CHI SIAMO

OSM Value Retail è la divisione specializzata nel settore retail di OSM Value, società italiana del gruppo OSM International Group che da oltre 30 anni si occupa di aiutare gli imprenditori fornendo un supporto pratico e concreto alle aziende. OSM Value Retail nasce per illustrare il ruolo del retail all'interno della catena del valore e le caratteristiche specifiche del retail business, per poi passare alla definizione delle strategie retail con argomenti come mission e vision aziendali, mix strategico e posizionamento dell'insegna.

www.osmvalueretail.it



MISSION

I nostri corsi e le nostre attività nascono dalla necessità di anticipare, comprendere ed intercettare la domanda del mercato retail con l'obiettivo di rappresentare in modo organico le variabili chiave, gli strumenti organizzativi e le metodologie di approccio più opportune per operare nel retail. L'obiettivo è quello di creare la strategia retail personalizzata per la tua azienda. Analizzeremo gli aspetti principali di questo contesto attraverso:

- identificazione e analisi della clientela target;
- definizione del concept del punto vendita;
- impostazione della strategia di canale;
- organizzazione e gestione delle risorse umane;
- marketing strategico;
- definizione delle attività organizzative, gestionali e strategiche dei flussi di materiali (logistica);
- analisi e controllo del margine commerciale lordo e definizione del break even point;
- analisi e strategia finanziaria.

RETAIL STRATEGY

Ogni azienda commerciale deve necessariamente formulare e pianificare la retail strategy in funzione della propria mission, dei propri obiettivi aziendali e di mercato e del proprio target di clientela, programmando le attività operative e i meccanismi di controllo via via necessari.

La Retail Strategy è il processo che consente di ottimizzare il margine commerciale attraverso diversi elementi fondamentali: posizionamento, layout del negozio, gestione delle scorte di magazzino, visual merchandising, formazione del personale, tecniche di vendita, strategie di marketing e definizione del mark up.

Quante aziende provvedono costantemente ad un'attenta e sistematica revisione delle proprie strategie?

Una strategia vincente si basa sull'integrazione efficace dei vari elementi precedentemente elencati. Se non coordinati, questi elementi possono non raggiungere gli obiettivi economici desiderati. La pianificazione a lungo termine della retail strategy è essenziale per assicurare il margine commerciale previsto.

L'EQUILIBRIO CHE DA' VITA ALLA TUA IMPRESA

Il settore del Retail, sinonimo di vendita o commercio al dettaglio, è in continua evoluzione da oltre mezzo secolo. I cambiamenti negli stili di vita, l'introduzione di nuove categorie di prodotti e servizi, le innovazioni all'interno dei negozi e l'ascesa dell'eCommerce hanno trasformato radicalmente il tradizionale commercio di prossimità. Oggi, il negozio, privo del suo ruolo originario come punto vendita fisico di nuovi prodotti, è alla ricerca di nuovi significati e funzionalità.

I rivenditori impiegano diversi strumenti pubblicitari e di comunicazione per aumentare la consapevolezza dei loro prodotti e servizi tra i potenziali clienti. Il pilastro del retail marketing è l'approccio delle 4 P: prodotto, prezzo, punto vendita e promozione.



PRODUCT



PRICE



PLACE



PROMOTION

COME LO FACCIAMO

OSM RETAIL



I-PROFILE

Analisi
interna

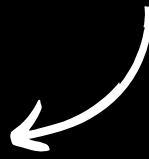
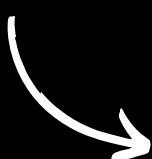


ACADEMY

- **ACADEMY PLUS RETAIL** per imprenditori
- **MIND BUSINESS SCHOOL** per imprenditori e manager
- **ACADEMY PRIMO LIVELLO** per manager e prima linea
- **ACADEMY SECONDO LIVELLO** per collaboratori

CONSULENZA

- **Consulenza diretta in azienda** per l'imprenditore e i manager
- **Follow up** per allenare l'imprenditore e i manager all'applicazione della conoscenza acquisita



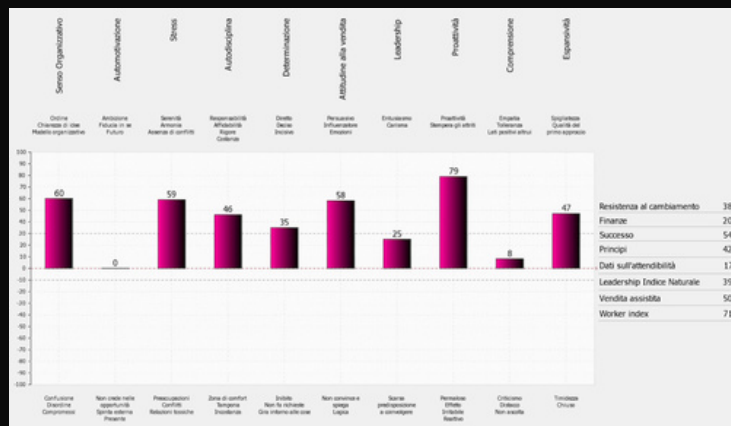
AZIENDA

ANALISI INTERNA

I-profile

Il questionario attitudinale I-Profile®, sviluppato da Paolo Ruggeri e Andrea Condello e adottato negli Stati Uniti da oltre 30 anni, rappresenta uno strumento essenziale per valutare il potenziale individuale.

Misurando dieci ingredienti fondamentali che influenzano la produttività di ciascun individuo, fornisce una visione obiettiva delle capacità personali. Questo strumento combina i principi di problem solving più efficaci con l'applicazione pratica del principio dell'80/20: concentrandosi sul 20% delle azioni più efficaci, è possibile migliorare fino all'80% dei processi meno soddisfacenti.



ACADEMY

L'Academy è un percorso dedicato al miglioramento delle competenze manageriali e del team aziendale, oltre che alla formazione dei professionisti del futuro nel settore del retail. Accessibile a tutti coloro che desiderano avvicinarsi a questo mondo, offre programmi unici e strutturati su misura per le esigenze specifiche.

I corsi sono guidati dai migliori professionisti del settore, assicurando una formazione di alta qualità orientata al miglioramento personale e aziendale.

Gli imprenditori/manager partecipano a percorsi che combinano studio teorico, pratica sul campo e interazione diretta con esperti del settore. Questa esperienza consente di acquisire conoscenze e strumenti immediatamente applicabili per sviluppare e far crescere il proprio business in tutti gli aspetti del retail.

Grazie all'Academy, è possibile mettere in pratica fin da subito ciò che viene appreso, garantendo un impatto diretto e tangibile sulle attività aziendali.

Argomenti Academy plus:

- HR MANAGEMENT
- MARGINE COMMERCIALE OTTENUTO DALLE TECNICHE DI NEGOZIAZIONE
- INDICE DI ROTAZIONE
- VENDITA E KPI STRATEGY
- FINANCIAL STRATEGY

ACADEMY PLUS RETAIL

- **HR MANAGEMENT**
- **MARGINE COMMERCIALE OTTENUTO DALLE TECNICHE DI NEGOZIAZIONE**
- **INDICE DI ROTAZIONE**
- **VENDITA E KPI STRATEGY**
- **FINANCIAL STRATEGY**

MARGINE COMMERCIALE OTTENUTO DALLE TECNICHE DI NEGOZIAZIONE

Il margine commerciale derivante dalle tecniche di negoziazione rappresenta un elemento chiave per la redditività aziendale nel competitivo panorama del mercato. Queste strategie non si limitano alla semplice vendita di prodotti, ma implicano una gestione mirata delle interazioni con i clienti per massimizzare il valore delle transazioni e ottimizzare i profitti.

Una negoziazione efficace parte da una comprensione approfondita delle necessità e delle aspettative del cliente, unita a una solida analisi delle dinamiche di mercato e della concorrenza. Questo approccio consente agli operatori commerciali di adattare le loro proposte in modo personalizzato, offrendo soluzioni che rispondono precisamente alle esigenze del cliente e garantendo al contempo margini di profitto competitivi.

Le tecniche di negoziazione includono abilità come la gestione delle obiezioni, la capacità di instaurare rapporti fiduciari con i clienti e la competenza nel negoziare condizioni di pagamento e sconti. Queste strategie non solo aumentano le probabilità di concludere con successo una vendita, ma contribuiscono anche a mantenere una posizione di leadership nel mercato attraverso una gestione efficiente delle risorse e un costante miglioramento delle performance aziendali.

INDICE DI ROTAZIONE

L'indice di rotazione rappresenta una metrica essenziale utilizzata dalle aziende per valutare l'efficienza con cui vengono gestiti gli stock di merci. Questo indicatore fornisce una panoramica della velocità con cui l'inventario di prodotti viene venduto e rimpiazzato nel corso di un determinato periodo di tempo. Un alto indice di rotazione indica che l'azienda sta vendendo e sostituendo l'inventario frequentemente, il che può essere positivo per la liquidità e l'efficienza operativa.

Un indice di rotazione ottimale varia in base al settore e alle strategie aziendali, ma generalmente un valore troppo basso può suggerire un eccesso di inventario o una lenta vendita dei prodotti, mentre un valore troppo alto potrebbe indicare una carenza di stock o un rischio di esaurimento. Monitorare e ottimizzare l'indice di rotazione aiuta le aziende a gestire meglio il flusso di cassa, migliorare la redditività e mantenere una posizione competitiva sul mercato.

VENDITA E KPI STRATEGY

La strategia delle vendite e i KPI (Key Performance Indicators) sono pilastri fondamentali per il successo aziendale, guidando le decisioni strategiche e misurando l'efficacia delle operazioni di vendita. È essenziale stabilire chiaramente gli obiettivi di vendita e definire metriche specifiche per monitorare il progresso verso tali obiettivi.

La scelta dei KPI appropriati è cruciale: indicatori come il tasso di conversione delle vendite, il valore medio dell'ordine e il ciclo di vita del cliente offrono una visione dettagliata delle prestazioni delle vendite. Questi dati consentono di ottimizzare le strategie di marketing e vendita, migliorando continuamente le performance aziendali.

La trasparenza e la comunicazione sono fondamentali per il successo della strategia: condividere i KPI e i risultati delle vendite con il team promuove un ambiente collaborativo e motivante. Monitorando costantemente i KPI e adattando le strategie di conseguenza, le aziende possono mantenere un vantaggio competitivo nel mercato, garantendo una crescita sostenibile e continuativa.

FINANCIAL STRATEGY

La Financial Strategy è fondamentale per il successo e la stabilità di qualsiasi organizzazione, non limitandosi alla gestione di fondi e investimenti ma includendo anche una pianificazione strategica a lungo termine per assicurare la sostenibilità e la crescita aziendale. Inizia con un'analisi approfondita della situazione finanziaria attuale, valutando risorse disponibili, gestione del capitale circolante e mitigazione dei rischi finanziari. Si fissano obiettivi finanziari cruciali come la massimizzazione dei profitti o l'ottimizzazione della liquidità.

La strategia finanziaria si estende alla pianificazione degli investimenti a lungo termine e alle decisioni di finanziamento, compresa l'ottimizzazione della struttura del capitale e la gestione delle relazioni con gli investitori. È essenziale per adattarsi ai cambiamenti di mercato, mantenendo un equilibrio tra rischio e ritorno e rispondendo prontamente a nuove opportunità e sfide.

La trasparenza e la comunicazione chiara con dipendenti, manager, investitori e altre parti interessate sono altrettanto cruciali per una strategia finanziaria efficace. Questo favorisce la fiducia nel management finanziario dell'azienda e sostiene una crescita sostenibile nel lungo periodo.

In sintesi, la Financial Strategy è un pilastro chiave per il successo aziendale, fornendo una guida strutturata per la gestione delle risorse finanziarie e il conseguimento degli obiettivi strategici aziendali, garantendo allo stesso tempo una robusta capacità di adattamento e reazione ai cambiamenti del mercato.

MIND BUSINESS SCHOOL

La MBS Business School rappresenta un'eccellenza in Italia per la formazione di imprenditori e dirigenti manageriali. Oltre a offrire percorsi completi di formazione manageriale, miriamo a un miglioramento tangibile delle performance e delle competenze di ogni partecipante.

Nel panorama aziendale attuale, la guida strategica è fondamentale per assicurare la profittabilità di un'azienda. Presso MBS, ogni partecipante è affiancato da consulenti e professionisti esperti, specializzati in diversi ambiti del management. Questo supporto individuale consente di acquisire non solo conoscenze teoriche, ma anche strategie pratiche, tecniche avanzate e strumenti efficaci per dirigere con successo la propria azienda.

Gli argomenti trattati spaziano dall'economia e finanza alla gestione operativa e strategica, dalla leadership e comunicazione alla gestione delle risorse umane e dello stress. Questa varietà di temi riflette l'approccio integrato e multidisciplinare della nostra formazione, progettata per sviluppare le competenze necessarie a gestire le sfide complesse del mondo imprenditoriale contemporaneo.

La MBS Business School si impegna a essere un catalizzatore di crescita professionale, fornendo strumenti concreti e conoscenze approfondite che consentono ai nostri studenti di eccellere nel loro campo e di contribuire attivamente al successo delle proprie aziende.

RISULTATI CONCRETI

Ci impegniamo a fornire risultati concreti e misurabili. Con la nostra guida, la tua azienda acquisirà un know-how di alto livello che valorizzerà ogni aspetto del tuo business. Il nostro obiettivo è aiutarti a raggiungere il successo attraverso l'analisi mirata degli obiettivi e la creazione di strategie su misura.

Collaborando con noi, avrai l'opportunità di essere seguito da professionisti che hanno fatto del successo un vero e proprio stile di vita.

Trasformeremo la tua azienda in un punto di riferimento per i tuoi clienti, garantendo un'esperienza di consumo superiore e differenziata rispetto ai competitor presenti sul mercato.

Come ti assistiamo:

- Pianificazione e analisi delle opportunità
- Definizione del livello di produttività
- Monitoraggio delle performance
- Analisi degli scenari

Il nostro impegno è quello di supportarti nel raggiungere i tuoi obiettivi aziendali attraverso strategie innovative e una gestione avanzata, promuovendo la crescita e il successo continuo della tua impresa.



**IL TUO
SUCCESSO
È IL NOSTRO
OBIETTIVO**

*Trasformiamo la tua azienda rendendola
il punto di riferimento per il tuo cliente*

FRANCESCA RUSSO

email: f.russo@osmvalue.it
telefono: +39 350 5069 449
sito web: www.osmvalueretail.it