



UNIONE EUROPEA



REPUBBLICA ITALIANA



**REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA**

ASSESSORADU DE SA PROGRAMMATZIONE, BILANTZU, CRÈDITU E ASSENTU DE SU TERRITORIU

ASSESSORATO DELLA PROGRAMMAZIONE, BILANCIO, CREDITO E ASSETTO DEL TERRITORIO

CENTRO REGIONALE DI PROGRAMMAZIONE

**PROGETTI DI FILIERA E SVILUPPO LOCALE
NELLE AREE DI CRISI E TERRITORI SVANTAGGIATI
(PFSL)**

(Legge Regionale n. 3/2009, art. 2, commi 37 e 38)

P.O. FESR 2007 – 2013 – Asse VI – Obiettivo operativo 6.2.2.c

Attivazione di interventi agevolativi e infrastrutturali, anche con strumenti di ingegneria finanziaria, finalizzati a sostenere la competitività dei sistemi produttivi e delle filiere esistenti o in via di formazione o di aree oggetto di dismissioni produttive

D.G.R. n. 19/2 del 14.05.2013

CATALOGO DEI SERVIZI REALI

La Sardegna cresce con l'Europa



Progetto cofinanziato
dall'Unione Europea
FESR Fondo Europeo di Sviluppo Regionale

Sommario

Servizi di consulenza in materia di innovazione e per servizi di supporto all'innovazione.....	4
A.1 <i>SERVIZI DI SUPPORTO ALLA INNOVAZIONE DI PRODOTTO NELLA FASE DI CONCETTO E ALL'INTRODUZIONE DI NUOVI PRODOTTI</i>	4
A.2 <i>SERVIZI TECNICI DI PROGETTAZIONE PER INNOVAZIONE DI PRODOTTO E DI PROCESSO PRODUTTIVO</i>	5
A.3 <i>SERVIZI TECNICI DI SPERIMENTAZIONE (PROVE E TEST)</i>	6
Servizi di supporto alla innovazione organizzativa e alla introduzione di tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT).....	7
B.1 <i>SUPPLY CHAIN (APPROVVIGIONAMENTO: DEFINIZIONE DEL SISTEMA DI GESTIONE DEGLI APPROVVIGIONAMENTI)</i>	7
B.2 <i>ANALISI E PROGETTAZIONE DELL'ASSETTO ORGANIZZATIVO E DELLA STRUTTURA FUNZIONALE</i>	9
B.3 <i>PROGETTAZIONE, IMPLEMENTAZIONE E CERTIFICAZIONE DEL SISTEMA DI QUALITÀ AZIENDALE SECONDO LE NORME UNI EN ISO 9001:2008</i>	10
B.4 <i>PROGETTAZIONE, IMPLEMENTAZIONE E CERTIFICAZIONE DEL SISTEMA DI GESTIONE AMBIENTALE (UNI EN ISO 14000 O REGOLAMENTO EMAS)</i>	12
B.5 <i>CERTIFICAZIONE DI PRODOTTO - CERTIFICAZIONI RILASCIATE DA ORGANISMI ACCREDITATI ACCREDIA</i>	14
B.6 <i>DEFINIZIONE E IMPLEMENTAZIONE DEL SISTEMA DI CUSTOMER SATISFACTION</i>	16
B.7 <i>PROGETTAZIONE, DIMENSIONAMENTO E ORGANIZZAZIONE DI SISTEMI INFORMATIVI AZIENDALI</i>	17
B.8 <i>ANALISI DEI COSTI E PREVENTIVAZIONE COMMESSE</i>	18
B.9 <i>PROGETTAZIONE E IMPLEMENTAZIONE DI UN SISTEMA DI CONTABILITÀ INDUSTRIALE</i>	19
B.10 <i>PROGETTAZIONE E IMPLEMENTAZIONE DEL SISTEMA DI CONTROLLO DI GESTIONE</i>	20
B.11 <i>STUDIO E IMPLEMENTAZIONE DI SISTEMI DI BUSINESS INTELLIGENCE</i>	22
B.12 <i>SERVIZI DI SUPPORTO ALL'INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA MEDIANTE GESTIONE TEMPORANEA DI IMPRESA (TEMPORARY MANAGEMENT)</i>	24
Servizi di supporto all'innovazione commerciale per il presidio strategico del mercato nazionale	26
B.13 <i>PIANO STRATEGICO DI MARKETING</i>	26
B.14 <i>PROGETTAZIONE E ADEGUAMENTO DEL MATERIALE PROMOZIONALE E PACKAGING</i>	28
B.15 <i>ORGANIZZAZIONE DELLA FUNZIONE COMMERCIALE</i>	30
B.16 <i>DEFINIZIONE E IMPLEMENTAZIONE DEL SISTEMA DI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT</i>	31
Definizione e implementazione del sistema di customer relationship management.....	32
B.17 <i>AZIONI DI DIRECT MARKETING</i>	33
B.18 <i>PROGETTAZIONE DI AZIONI PROMOZIONALI PRESSO I PUNTI DI VENDITA</i>	35



<i>B.19 ORGANIZZAZIONE E REALIZZAZIONE DI EDUCATIONAL TOUR (MISSIONE OPERATORI IN ITALIA).....</i>	<i>36</i>
<i>B.20 ORGANIZZAZIONE E PARTECIPAZIONE A MANIFESTAZIONI FIERISTICHE NAZIONALI.....</i>	<i>37</i>
<i>B.21 PIANO DI COMUNICAZIONE: PROGETTAZIONE E MONITORAGGIO DI AZIONI PROMOZIONALI E PUBBLICITARIE.....</i>	<i>38</i>
Assistenza all'internazionalizzazione ed all'esportazione	39
<i>B.22 PIANO DI MARKETING STRATEGICO PER L'ESTERO.....</i>	<i>39</i>
<i>B.23 ORGANIZZAZIONE DI UN UFFICIO EXPORT</i>	<i>40</i>
<i>B.24 ASSISTENZA ALL'AVVIO DEI CONTATTI E ALLA GESTIONE DEI RAPPORTI CON PARTNER ESTERI</i>	<i>41</i>
<i>B.25 CREAZIONE DI RETI DI VENDITA E ASSISTENZA (ESTERO).....</i>	<i>42</i>
<i>B.26 SERVIZI PER L'INDIVIDUAZIONE E L'ADEGUAMENTO DEI PRODOTTI A NORMATIVE TECNICHE ESTERE.....</i>	<i>43</i>
<i>B.27 SERVIZI PER LA COSTITUZIONE E IL FUNZIONAMENTO ALL'ESTERO DI RAPPRESENTANZE PERMANENTI</i>	<i>44</i>
<i>B.28 ORGANIZZAZIONE E PARTECIPAZIONE A MANIFESTAZIONI FIERISTICHE ALL'ESTERO</i>	<i>45</i>
<i>B.29 AZIONI DI SENSIBILIZZAZIONE VERSO LA STAMPA LOCALE (ESTERO)</i>	<i>46</i>



Disposizioni generali

Il presente catalogo è mutuato dal Catalogo adottato da Sardegna Ricerche, denominato "Catalogo dei Servizi per l'innovazione delle PMI Sarde", utilizzato nelle azioni a sostegno dei processi di innovazione del sistema produttivo regionale, realizzate in linea con gli indirizzi del nel Programma Operativo Regionale POR FESR 2007-2013.

Servizi di consulenza in materia di innovazione e per servizi di supporto all'innovazione

A.1 Servizi di supporto alla innovazione di prodotto nella fase di concetto e all'introduzione di nuovi prodotti

Obiettivi

Servizi finalizzati alla riduzione della incertezza e del rischio associati alla introduzione di nuovi prodotti, in modo da aumentare la probabilità di successo di mercato. Sono svolti da società specializzate che utilizzano metodi di ricerche di mercato qualitative e quantitative, metodi di previsione a lungo termine delle vendite, tecniche di test di concetto di prodotto. Restituiscono rapporti dettagliati in grado di orientare le scelte successive delle imprese.

Contenuto

- ricerche di mercato per nuovi prodotti
- previsione delle vendite
- test concetto di prodotto

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
SERVIZI DI SUPPORTO ALL'INTRODUZIONE DI NUOVI PRODOTTI	8.000	10.000	14.000	18.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

- Materiale elaborato (es. Rapporti, Documenti, Test, etc.)

A.2 Servizi tecnici di progettazione per innovazione di prodotto e di processo produttivo

Obiettivi

Servizi orientati alla realizzazione di progetti dettagliati di prodotti e di processi produttivi. In relazione alla fase del ciclo di sviluppo dei prodotti, possono consistere nella definizione e stesura delle specifiche tecniche, produzione e gestione della documentazione tecnica, disegno, calcolo tecnico, modellazione, simulazione.

Possono includere metodi avanzati di progettazione orientate (c.d. metodi di design for).

Restituiscono all'impresa committente disegni e calcoli in forma grafica o numerica, su supporto digitale

Contenuto

- definizione delle specifiche
- gestione della documentazione tecnica
- disegno e calcolo
- modellazione
- simulazione (es metodi di design for)

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
SERVIZI TECNICI DI PROGETTAZIONE PER INNOVAZIONE DI PRODOTTO E DI PROCESSO PRODUTTIVO	10.000	14.000	18.000	22.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

- Copia degli elaborati progettuali, Copia del piano di produzione e del manuale operativo, disegni e calcoli in forma grafica o numerica, su supporto digitale, etc.

Note

Il servizio può essere erogato solo alle imprese di produzione.

A.3 Servizi tecnici di sperimentazione (prove e test)

Obiettivi

Servizi di supporto alle fasi successive alla progettazione dettagliata, nelle quali i prodotti assumono configurazione materiale. Sono svolti da soggetti dotati di adeguate attrezzature tecniche e adeguate competenze ed esperienze professionali. Possono includere la definizione e studio di rendimenti, prestazioni e tolleranze, prototipazione, prove tecniche e test di varia natura. Restituiscono rapporti tecnici secondo norme tecniche ufficialmente riconosciute.

Contenuto

- prototipazione
- prototipazione rapida – Centro di prototipazione rapida di Sardegna Ricerche
- prove tecniche
- test

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
SERVIZI TECNICI DI SPERIMENTAZIONE	10.000	14.000	18.000	22.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

- Relazione dettagliata dell'attività svolta
- Rapporti tecnici relativi alla sperimentazione



Servizi di supporto alla innovazione organizzativa e alla introduzione di tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT)

In quest'area rientrano tutti i servizi orientati a supportare le imprese nell'adozione di nuove procedure gestionali e nel cambiamento delle strutture organizzative.

Si tratta di attività che sovente le PMI non realizzano internamente, rinunciando a grandi opportunità in termini di efficienza, efficacia e competitività. È noto che le PMI hanno grandi difficoltà ad investire proprie risorse in attività immateriali, che non si traducono in impianti e macchinari, ma in procedure, software di gestione e regole di funzionamento.

Con tali servizi viene sostenuta l'innovazione dentro le imprese e tra le imprese, finalizzata ad aumentare la capacità di competere.

B.1 Supply Chain (Approvvigionamento: definizione del Sistema di gestione degli approvvigionamenti)

Obiettivi

Consentire la rilevazione ed elaborazione delle operazioni di gestione degli approvvigionamenti, sia in entrata (materie prime) che in uscita (prodotti finiti), garantendo un controllo aggiornato delle giacenze e la formulazione di ordini aderenti al reale andamento della produzione e delle vendite. Con l'implementazione del servizio in oggetto l'azienda potrà snellire i tempi di consegna, abbattere i costi relativi a questo processo ed elevare il livello di servizio.

Contenuto

Analisi preliminare dei flussi di movimentazione delle merci

Definizione e individuazione della tecnica di gestione delle merci e dei materiali più adatta tra le possibili esistenti

Suddivisione dei materiali per fase a ciclo (materie prime, semilavorati, componenti finiti) e per categoria di utilizzo (consumo corrente, per commessa, ricambistica, articoli declassati e scarti, ausiliari, ecc.)

Definizione dei valori dei parametri caratteristici (consumo annuo, giacenza media, classificazione ABC, Lead Time di approvvigionamento, unità di imballaggio, lotto di approvvigionamento o di produzione, livello di scorta di sicurezza, punto di riordino, ecc.), secondo gli algoritmi di calcolo e di contabilizzazione standard proposti da qualsiasi procedura informatica dedicata

Progettazione ed implementazione del database, dell'architettura hardware e software aderente alle reali esigenze della struttura aziendale

Presentazione del sistema di gestione degli approvvigionamenti e definizione dei momenti formativi

Verifica dell'efficacia e della efficienza del sistema gestionale

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
SUPPLY CHAIN	6.000	8.000	12.000	16.000

La Sardegna cresce con l'Europa



Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Report dettagliato del sistema di gestione del magazzino implementato e copia del software di supporto.

Note

Il servizio può essere erogato solo alle imprese di produzione, secondo la vigente classificazione ISTAT (ramo C Codice ATECO) e che non lavorano per commessa.



B.2 Analisi e progettazione dell'Assetto organizzativo e della Struttura funzionale

Obiettivi

Definizione del sistema organizzativo e della struttura funzionale più adeguata alle esigenze aziendali (dalle strutture più tradizionali a quelle più evolute). Individuazione delle mansioni all'interno dell'impresa, della tipologia degli assetti, delle strutture e della loro connessione con il mercato; individuazione dello stile di direzione adeguato alla gestione aziendale, miglioramento del clima relazionale, accrescimento dell'efficienza e della flessibilità organizzativa.

Contenuto

Il servizio prevede:

- Lettura e analisi delle aree di business aziendale
- Diagnosi delle interazioni e interdipendenze tra i vari sottosistemi: direzione, servizi, reparti
- Elaborazione del modello e dell'assetto organizzativo
- Determinazione delle professionalità e competenze necessarie e la verifica di quelle esistenti; determinazione ruoli e mansioni
- Verifica della coerenza delle altre variabili organizzative; definizione della nuova struttura organizzativa e dello stile di direzione

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
ANALISI E PROGETTAZIONE DELL'ASSETTO ORGANIZZATIVO E DELLA STRUTTURA FUNZIONALE	6.000	8.000	12.000	16.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Piano organizzativo, mappa delle competenze e mansionario.

Note

Il servizio "**Analisi e progettazione dell'assetto organizzativo e della struttura funzionale**" presenta significative sinergie e sovrapposizioni con il servizio "**Organizzazione della funzione di produzione**". Si ritiene pertanto che le due prestazioni non possano essere riconosciute congiuntamente. In tal caso si riconosce per intero l'importo del servizio "**Analisi e progettazione dell'assetto organizzativo e della struttura funzionale**" e si riduce al cinquanta per cento l'importo del servizio "Organizzazione della funzione di produzione".

Considerate le caratteristiche del servizio "Analisi e progettazione dell'assetto organizzativo e della struttura funzionale", si evidenzia che esso può essere richiesto solo da quelle imprese che abbiano almeno sei dipendenti.

B.3 Progettazione, implementazione e certificazione del sistema di qualità aziendale secondo le norme UNI EN ISO 9001:2008

Obiettivi

Conseguire la certificazione del sistema di qualità aziendale secondo le norme UNI EN ISO 9001:2008.

Contenuto

Esame della situazione tecnico organizzativa dell'azienda

Mappatura dei processi per la qualità: analisi del processo produttivo ed identificazione tutti i processi operativi e gestionali da mettere sotto controllo, attraverso l'individuazione di input, output, risorse, responsabilità e modalità di misurazione dei vari processi

Definizione della Politica Qualità, obiettivi, traguardi e programma di miglioramento

Preparazione del manuale per la Qualità

Sviluppo del Sistema di Gestione per la Qualità

Definizione dei ruoli e delle responsabilità per la gestione dei processi qualitativi critici dell'organizzazione, sviluppo delle procedure gestionali, predisposizione del manuale del Sistema di gestione per la Qualità

Preparazione delle procedure gestionali

Formazione e sensibilizzazione del personale e del management dell'organizzazione sulle tematiche del Sistema di Gestione per la Qualità e su altri eventuali aspetti specifici

Preparazione istruzioni operative

Assistenza e verifica all'applicazione del Sistema di Gestione per la Qualità

Assistenza durante l'iter di richiesta della certificazione e le relative visite ispettive

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PROGETTAZIONE, IMPLEMENTAZIONE E CERTIFICAZIONE DEL SISTEMA DI QUALITÀ AZIENDALE SECONDO LE NORME UNI EN ISO 9001:2008	10.000	12.000	15.000	18.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Manuale qualità, manuale procedure, copia del certificato.

Note

È necessario che il certificato venga rilasciato da un ente di certificazione, accreditato secondo le Norme Europee della serie UNI CEI ISO 45000.

La Sardegna cresce con l'Europa



Il servizio **“Progettazione, implementazione e certificazione del sistema di qualità aziendale secondo le norme UNI EN ISO 9001:2008”** presenta significative sinergie e sovrapposizioni con il servizio di **“Analisi e progettazione dell’assetto organizzativo e della struttura funzionale”**.

Si evidenzia che le due prestazioni non possono essere riconosciute congiuntamente. In tal caso si riconosce per intero l’importo del servizio **“Progettazione, implementazione e certificazione del sistema di qualità aziendale secondo le norme UNI EN ISO 9001:2008”** e al cinquanta per cento l’importo del servizio **“Analisi e progettazione dell’assetto organizzativo e della struttura funzionale”**. Analoghe sinergie si verificano nel caso in cui il servizio **“Progettazione, implementazione e certificazione del sistema di qualità aziendale secondo le norme UNI EN ISO 9001:2008”** venga richiesto congiuntamente al servizio **“Organizzazione della funzione di produzione”**, pertanto anche in questo caso l’importo del servizio relativo alla **“Organizzazione della funzione di produzione”** sarà riconosciuto al cinquanta per cento del costo ammissibile.

Nell’ipotesi in cui l’impresa intenda progettare ed implementare un sistema integrato conforme alle norme UNI EN ISO 9001: 2008 e UNI EN ISO 14000 i massimali di costo ammissibili sono i seguenti:

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

Servizio	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PROGETTAZIONE, IMPLEMENTAZIONE E CERTIFICAZIONE DI UN SISTEMA DI GESTIONE INTEGRATO SECONDO LE NORME UNI EN ISO 9001:2008 E UNI EN ISO 14000	15.000	18.000	22.000	25.000



B.4 Progettazione, implementazione e certificazione del sistema di gestione ambientale (UNI EN ISO 14000 o regolamento EMAS)

Obiettivi

Conseguire la certificazione del sistema di gestione ambientale secondo le norme UNI EN ISO 14000 o regolamento EMAS.

Contenuto

Esame della situazione organizzativa e gestionale, con particolare riferimento all'attuale condizione d'impatto ambientale sull'area in cui l'impresa è insediata.

Studio e valutazione delle possibili soluzioni relativamente alle problematiche ambientali emerse.

Valutazione del livello di conoscenza in materia ambientale da parte dell'organico aziendale, con l'obiettivo di predisporre un adeguato piano formativo.

Progettazione del sistema di gestione ambientale in armonia con le esigenze produttive aziendali ed in conformità alla norma UNI EN ISO 14000 o regolamento EMAS.

Redazione del manuale per la Qualità ambientale.

Implementazione del sistema di gestione ambientale attraverso un'attenta politica rispettosa delle norme vigenti in merito.

Valutazione della conformità del sistema di gestione ambientale implementato, alla norma UNI EN ISO 14000 o regolamento EMAS e rispetto agli obiettivi che la direzione si era proposta di raggiungere.

Risoluzione di eventuali non conformità emerse sulla base della valutazione di cui sopra.

Assistenza per la scelta dell'ente di certificazione e gestione della visita ispettiva.

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PROGETTAZIONE, IMPLEMENTAZIONE E CERTIFICAZIONE DEL SISTEMA DI GESTIONE AMBIENTALE SECONDO LE NORME UNI EN ISO 14000	10.000	12.000	15.000	18.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Manuale gestione ambientale e copia del certificato.

Note

È necessario che il certificato sia rilasciato da un Ente di certificazione, accreditato secondo le Norme Europee della serie UNI CEI ISO 45000.

Nel caso di sistema ambientale realizzato secondo gli standard del regolamento EMAS, i massimali sopra indicati sono incrementati del venti per cento.

Nell'ipotesi in cui l'impresa intenda progettare ed implementare un sistema integrato conforme alle norme UNI EN ISO 9001:2008 e UNI EN ISO 14000 i massimali di costo ammissibile sono indicati nella pagina precedente.



B.5 Certificazione di prodotto - Certificazioni rilasciate da Organismi accreditati Accredia

Si tratta di certificazioni ottenute a fronte di norme nazionali e/o internazionali o a fronte di disciplinari aziendali, rilasciate da Organismi di certificazione accreditati ACCREDIA (Ente unico nazionale di accreditamento). L'accREDITamento viene operato da ACCREDIA a fronte della Norma UNI CEI EN ISO/IEC 17021:2011, integrata dai requisiti della Norma ASD-STAN prEN 9104-001 Ed. P1.

Obiettivi

La certificazione di prodotto è l'attestazione che assicura la conformità dei prodotti ai requisiti stabiliti da regole tecniche necessarie per verificare la conformità ai requisiti di sicurezza e affidabilità ovvero certificazioni che garantiscano rigorosi standard ambientali, sociali ed economici (es. certificazione internazionale FSC Forest Stewardship Council a garanzia sull'origine del legno o della carta).

La certificazione di prodotto può essere prevista dalla Legge (Certificazione obbligatoria) e da norme tecniche e/o documenti equivalenti (Certificazione volontaria).

La certificazione su base volontaria, assicura all'azienda vantaggi in termini di immagine, perché immette sul mercato prodotti più sicuri, inoltre rappresenta un'importante strumento di tutela legale circa la responsabilità per eventuali danni da prodotto.

Contenuto

Prove per verificare che il prodotto sia conforme a norme nazionali o internazionali o, in caso di loro assenza, a protocolli di prova dedicati (purché conformi a standard internazionali); valutazione dei processi e del sistema Qualità utilizzati dal costruttore per garantire il mantenimento nel tempo delle caratteristiche riscontrate sul campione presentato per le prove (procedure di fabbricazione, controllo, verifica delle apparecchiature di collaudo).

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
CERTIFICAZIONE DI PRODOTTO	6.000	8.000	10.000	12.000

Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Copia della certificazione di prodotto

Note

Si valuterà la congruità del massimale di costo attribuito alle differenti certificazioni di prodotto, in conformità agli standard riconosciuti dagli Enti di certificazione internazionale accreditati ASI (Accreditation Service International).

Il massimale di costo ammissibile indicato nella tabella si riferisce esclusivamente ai costi di consulenza necessari per implementare i sistemi di certificazione e controllo, pertanto sono esclusi i costi degli apparecchi di controllo ed il costo del certificato.



B.6 Definizione e implementazione del sistema di Customer Satisfaction

Obiettivo

Dotare l'azienda degli strumenti necessari per il monitoraggio della qualità attesa e percepita dai clienti (livello di soddisfazione) al fine di migliorare la qualità dei prodotti e servizi offerti.

Contenuto

Individuazione degli obiettivi del sistema di rilevazione della soddisfazione del cliente e delle determinanti della qualità del prodotto o servizio, definizione di indici che rilevino con chiarezza i fattori della qualità del servizio che causano soddisfazione o insoddisfazione; definizione delle priorità di miglioramento organizzativo.

Costruzione del questionario per la rilevazione del livello di soddisfazione, realizzazione degli strumenti per analisi e monitoraggio del livello di customer satisfaction; evidenziazione dei primi risultati e suggerimenti per la definizione di adeguate azioni correttive.

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
DEFINIZIONE E IMPLEMENTAZIONE DEL SISTEMA DI CUSTOMER SATISFACTION	NON AMMESSO	5.000	8.000	10.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Copia del Manuale per la gestione della Customer Care

Copia del questionario di rilevazione della Customer Satisfaction

Copia delle elaborazioni dei dati ottenuti dai questionari e report sulle azioni correttive adottate.

B.7 Progettazione, dimensionamento e organizzazione di sistemi informativi aziendali

Obiettivi

Definizione dei fabbisogni informativi, dei relativi flussi e degli strumenti necessari alla loro gestione.

Contenuto

I sistemi informativi aziendali gestiscono tutte le informazioni (cartacee ed elettroniche) scambiate all'interno della azienda o con l'esterno per fornire servizi agli utenti esterni o far collaborare in modo efficace gli utenti interni.

Il servizio prevede la progettazione del sistema informativo aziendale e del software di supporto attraverso le seguenti azioni:

Studio di fattibilità: serve a definire in maniera per quanto possibile precisa i costi delle varie alternative possibili e stabilire le priorità della realizzazione delle varie componenti del sistema.

Raccolta e analisi dei requisiti: consiste nell'individuazione e nello studio delle proprietà e delle funzionalità che il sistema informativo dovrà avere. Questa fase richiede un'interazione con gli utenti del sistema e produce una descrizione completa ma generalmente informale dei dati coinvolti. Vengono inoltre stabiliti i requisiti software e hardware del sistema informativo.

Progettazione dei dati (la struttura e l'organizzazione che i dati dovranno avere).

Progettazione delle applicazioni si definiscono le caratteristiche dei progetti applicativi e **progettazione dell'architettura tecnica di sistema** (rappresenterà l'infrastruttura individuandone le caratteristiche in termini di sistemi – server - connettività, sicurezza fisica e logica).

Implementazione: consiste nella realizzazione del sistema informativo secondo la struttura e le caratteristiche definite nella fase di progettazione. Viene costruita e popolata la base di dati e viene prodotto il codice dei programmi.

Validazione e collaudo: la sperimentazione deve prevedere, per quanto possibile, tutte le condizioni operative.

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PROGETTAZIONE, DIMENSIONAMENTO E ORGANIZZAZIONE DI SISTEMI INFORMATIVI AZIENDALI	4.000	6.000	8.000	10.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Copia del progetto realizzato e del software di supporto

B.8 Analisi dei costi e preventivazione commesse

Obiettivo

Introduzione di un sistema di analisi di preventivazione dei costi aziendali necessari per la verifica della redditività delle commesse.

Contenuto

Analisi dei costi: analisi delle attività e dei processi aziendali; definizione e individuazione del portafoglio prodotti compresi nelle diverse aree di attività; analisi e classificazione dei costi aziendali rispetto ai prodotti e alle aree individuate; scelta della configurazione di costo più idonea da adottare (full costing, direct costing semplice od evoluto); rilevazione dei costi diretti e definizione della modulistica; scelta della metodologia di imputazione dei costi indiretti e applicazione della metodologia prescelta per determinare il costo di prodotto o di commessa.

Preventivazione delle commesse: organizzazione e responsabilità nel processo di preventivazione, definizione dei centri di responsabilità aziendali; definizione dello schema di preventivo di commessa; individuazione dei flussi finanziari e definizione del Budget di commessa: verifica della fattibilità finanziaria della commessa ipotizzata.

Consuntivazione delle commesse: rilevazione dei dati consuntivi e analisi degli scostamenti, calcolo dei margini e della redditività di commessa.

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
ANALISI DEI COSTI E PREVENTIVAZIONE COMMESSE	9.000	SERVIZIO NON AMMESSO	SERVIZIO NON AMMESSO	SERVIZIO NON AMMESSO

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Copia del sistema di analisi e preventivazione anche su supporto informatico. La verifica aziendale riguarderà anche l'implementazione informatica del sistema in azienda e il collegamento con la contabilità generale ed analitica.

Note

Tale servizio è adatto per le imprese che lavorano su commessa ed in particolare imprese di piccole dimensioni (fatturato sino a 0,5 MLN di euro). Per le imprese più strutturate è consigliabile un sistema di controllo di gestione. Si potrà accedere al servizio solo nel caso in cui il beneficiario gestisca direttamente la sua contabilità generale in azienda.

B.9 Progettazione e implementazione di un sistema di contabilità industriale

Obiettivi

Fornire all'azienda procedure e strumenti per la rilevazione, rielaborazione e rappresentazione delle operazioni di gestione al fine di controllare i costi aziendali.

Contenuto

Definizione della finalità della contabilità industriale. Definizione ed individuazione degli oggetti di calcolo (prodotto, cliente, centro di responsabilità, ecc.). Analisi delle attività e dei processi aziendali. Classificazione dei costi aziendali rispetto agli oggetti di costo prescelti.

Scelta della configurazione di costo più idonea da adottare (full costing, direct costing semplice o evoluto). Rilevazione dei costi diretti: definizione della modulistica. Scelta della metodologia di imputazione dei costi indiretti (base semplice, base multipla, centri di costo, A.B.C.). Applicazione della metodologia prescelta e determinazione del costo di prodotto o del costo degli oggetti di calcolo prescelti.

Scelta della metodologia e impostazione del sistema informativo per la contabilità industriale (unico contabile, duplice contabile, integrato) e suo eventuale collegamento con la contabilità generale. Implementazione informatica del sistema di contabilità industriale.

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PROGETTAZIONE E IMPLEMENTAZIONE DI UN SISTEMA CONTABILITÀ INDUSTRIALE	SERVIZIO NON AMMESSO	10.000	14.000	18.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Copia del sistema di contabilità industriale anche su supporto informatico. La verifica aziendale riguarderà anche l'implementazione informatica del sistema in azienda e il collegamento con la contabilità generale ed analitica.

Note

Si potrà accedere al servizio solo nel caso in cui il beneficiario gestisca direttamente la sua contabilità generale in azienda. Il servizio "Progettazione e implementazione di un sistema di contabilità industriale" è compreso nel più ampio servizio di "Progettazione e implementazione di un sistema di Controllo di gestione", pertanto i due succitati servizi non potranno essere finanziati congiuntamente.

B.10 Progettazione e implementazione del sistema di controllo di gestione

Obiettivi

Fornire all'azienda procedure e strumenti per il controllo di gestione facilitando il conseguimento degli obiettivi formulati in sede di programmazione.

Contenuto

Analisi di bilancio ai fini gestionali interni: analisi per indici e per flussi degli ultimi 3 bilanci dell'azienda; definizione degli indicatori chiave di natura economico e finanziaria.

Contabilità industriale: definizione della obiettivi del sistema ed individuazione degli oggetti di calcolo; analisi delle attività e dei processi aziendali; classificazione dei costi aziendali; scelta della configurazione di costo più idonea da adottare; definizione delle procedure per la rilevazione dei costi diretti e indiretti; implementazione informatica del sistema progettato.

Budget: organizzazione del processo di budgeting; definizione degli obiettivi di breve periodo; definizione del budget commerciale, di produzione, degli investimenti e degli altri centri di responsabilità, budget economico, patrimoniale, finanziario e di cassa. Verifica della fattibilità finanziaria del budget ipotizzato.

Analisi degli scostamenti: individuazione degli scostamenti verificatisi tra quanto previsto e quanto rilevato; analisi delle cause degli scostamenti e delle responsabilità.

Reporting: definizione del contenuto del report per la direzione (Tableau de Bord); individuazione dei livelli di report.

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PROGETTAZIONE E IMPLEMENTAZIONE DEL SISTEMA DI CONTROLLO DI GESTIONE	SERVIZIO NON AMMESSO	14.000	18.000	22.000

Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Copia del sistema di controllo di gestione, anche su supporto informatico. La verifica aziendale riguarderà anche l'implementazione informatica del sistema in azienda e il collegamento con la contabilità generale ed analitica.

Note

Si potrà accedere al servizio solo nel caso in cui il beneficiario operi in regime di contabilità ordinaria, disponga di almeno due bilanci ufficiali e gestisca direttamente la contabilità generale in azienda.

La richiesta del più articolato servizio “Progettazione e implementazione del sistema di controllo di gestione” esclude la possibilità di richiedere il servizio “Progettazione e implementazione di un sistema di contabilità industriale”.



B.11 Studio e implementazione di sistemi di Business Intelligence

Obiettivi

Dotare l'azienda di sistemi per l'analisi, il monitoraggio e la pianificazione al supporto decisionale e sfruttare tutte le potenzialità dell'integrazione e qualità dei dati.

Contenuto

Analisi qualitativa dei dati e loro bonifica, validazione e standardizzazione, organizzazione di una infrastruttura flessibile, affidabile, sicura e agile, per rispondere rapidamente alle attuali esigenze di data integration per il consolidamento delle molteplici istanze applicative, migrazione dei dati e abbattimento dei costi complessivi, per generare informazioni riutilizzabili e ad alto valore aggiunto, rendendole fruibili a tutte le utenze finali aziendali che ne fanno uso, per accedere e valorizzare tutti i dati presenti in azienda indipendentemente dai sistemi sorgente con le seguenti azioni:

Raccolta e analisi dei requisiti: consiste nell'individuazione e nello studio dei processi e di un'attenta analisi dati degli applicativi aziendali e trasformazione dei dati grezzi in informazioni utili, affidabili e tempestive per il supporto alle decisioni. Questa fase richiede un'interazione con i referenti aziendali responsabili delle aree di interesse e produce una relazione sui dati coinvolti.

Studio di fattibilità: serve a definire i costi di massima delle varie alternative possibili e stabilire le priorità della realizzazione dei differenti moduli del sistema

Progettazione dell'architettura tecnica del sistema: definisce le componenti, la struttura e le funzionalità di cui il sistema dovrà dotarsi, software, applicativi policy aziendali e normative a cui il sistema dovrà aderire.

Implementazione: consiste nella realizzazione del sistema secondo la struttura e le caratteristiche definite nella fase di progettazione.

Validazione e collaudo: Verifica e collaudo del sistema implementato

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	Da 0,5 mln € a 1,5 mln €	Da 1,5 mln € a 2,5 mln €	OLTRE 2,5 MLN €
Studio e implementazione di sistemi di Business Intelligence	Non ammesso	Non ammesso	18.000	20.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Copia del progetto realizzato

Note

La Sardegna cresce con l'Europa



Progetto cofinanziato
dall'Unione Europea
FESR Fondo Europeo di Sviluppo Regionale

La richiesta del servizio “Progettazione e implementazione del sistema di controllo di gestione” o di “Progettazione e implementazione di un sistema di contabilità industriale”, presenta alcune sinergie con il servizio di “Studio e implementazione di sistemi di Business Intelligence”.

In tal caso si riconosce per intero l'importo del servizio “Progettazione e implementazione del sistema di controllo di gestione” o di “Progettazione e implementazione di un sistema di contabilità industriale” e si riduce al cinquanta per cento l'importo del servizio “Studio e implementazione di sistemi di Business Intelligence”.

Considerate le caratteristiche del servizio “Studio e implementazione di sistemi di Business Intelligence”, si evidenzia che esso può essere richiesto solo da quelle imprese che abbiano un fatturato superiore a cinquecentomila euro.



B.12 Servizi di supporto all'innovazione organizzativa mediante gestione temporanea di impresa (Temporary management)

Obiettivi

Le piccole imprese sono le destinatarie naturali di questo servizio innovativo, poiché spesso non dispongono, al proprio interno, di risorse umane idonee a ricoprire incarichi manageriali.

L'obiettivo principale è quello di affiancare o sostituire il management aziendale al fine di risolvere le problematiche direzionali dell'azienda, attraverso l'intervento temporaneo (fino ad un massimo di 12 mesi) di un professionista che abbia maturato comprovate e significative esperienze nella conduzione di aziende.

Contenuti

Accrescere le competenze manageriali interne o sostituirle mediante l'inserimento temporaneo di professionisti (manager) altamente qualificati e motivati che dovranno gestire specifiche situazioni aziendali.

Si consiglia il ricorso a T. M. in situazioni particolari o di discontinuità, quali ad esempio:

A) passaggio generazionale, dove il Temporary Manager può svolgere funzioni di facilitatore del dialogo tra imprenditore uscente e quello entrante o funzioni di "Tutor" dell'imprenditore entrante.

B) "sistemazione" di una business unit nell'ottica di una sua vendita.

C) conduzione di un cambiamento strategico.

D) lancio di nuove attività.

E) governo di periodi di transizione, di crisi o di ristrutturazione.

F) sviluppo di manager permanenti.

G) mancanza temporanea di management.

H) fase di start-up.

Il T. M. prevede la stipula di un contratto tra azienda e professionista che ha come oggetto l'elenco delle attività che il manager dovrà espletare in maniera operativa per conto del cliente (incarico), obiettivi, tempi e costi di esecuzione del mandato

Massimale di costo ammissibile (per 12 mesi di prestazione professionale – costo lordo)

SERVIZIO	FINO A 5 ANNI DI ESPERIENZA	Da 5 anni a 10 anni di esperienza	Da 10 anni a 15 anni di esperienza	OLTRE 15 ANNI DI ESPERIENZA
AFFIANCAMENTO AL MANAGEMENT AZIENDALE TEMPORARY MANAGEMENT	20.000	30.000	40.000	50.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

- Copia del conferimento d'incarico contenente l'elenco delle attività che il T. M. dovrà espletare e l'individuazione degli obiettivi da raggiungere, tempi e costi.
- Relazione dettagliata dell'attività svolta contenente le informazioni sullo stato di realizzazione con riferimento anche alle dimensioni di performance indicate in sede di domanda.
- Check up strategico, piano di gestione, altri documenti di pianificazione e revisione.

Note

Non potranno essere erogati alla medesima impresa tutti quei servizi previsti nel presente catalogo oggetto delle attività di Temporary Management.



Servizi di supporto all'innovazione commerciale per il presidio strategico del mercato nazionale

Tali servizi supportano l'introduzione di innovazioni nella sfera commerciale delle imprese per il presidio strategico del mercato nazionale e/o locale, sviluppando soluzioni nell'ambito della conoscenza del cliente finale e dunque volti all'utilizzo di sistemi di market intelligence. Non costituiscono innovazione nella sfera commerciale per il presidio strategico del mercato nazionale e/o locale i cambiamenti nelle pratiche dell'impresa e nelle relazioni che si basano su metodi organizzativi già utilizzati nelle imprese stesse.

B.13 Piano strategico di marketing

Obiettivi

Definizione del posizionamento di mercato ricercato, degli obiettivi di vendita e delle strategie di prodotto, prezzo, comunicazione e distribuzione.

Contenuto

Analisi del posizionamento di mercato dell'azienda. Analisi quantitativa del mercato potenziale: dimensioni offerta e domanda potenziale in quantità e valore, quote di mercato, livello dei prezzi al consumo nei vari canali commerciali, margini di intermediazione per i vari canali commerciali, costi di distribuzione.

Analisi qualitativa: processi di acquisto, canali di distribuzione usati per la commercializzazione del prodotto; sistemi di assistenza tecnica postvendita al prodotto se necessari; regolamentazioni relative al prodotto (eventuali limitazioni alle importazioni, permessi o autorizzazioni da ottenere, norme riguardanti il prodotto per esempio su etichettatura, confezione, ecc.); importatori o ditte da contattare per una collaborazione nell'importazione. Scelta del target, del canale distributivo e definizione degli obiettivi commerciali.

Progettazione e formulazione delle strategie di posizionamento e di marketing (strategia di prodotto, marketing mix, listini, ecc.). Indicazione di suggerimenti per l'impostazione e realizzazione delle strategie di marketing.

Analisi di fattibilità economica e finanziaria.

Indicazione dei fabbisogni finanziari e relativa copertura.

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PIANO STRATEGICO DI MARKETING	9.000	16.000	20.000	24.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Copia del piano di marketing strategico

Note

Il “Piano di marketing strategico per l'estero” risulta compreso nel servizio più ampio di “Piano strategico di Marketing”, pertanto non potrà essere concesso congiuntamente a quest'ultimo.



B.14 Progettazione e adeguamento del materiale promozionale e packaging

Obiettivi

Dotare l'azienda di strumenti di comunicazione adeguati ai mercati extra regionali obiettivo.

Contenuto

Analisi del settore e del posizionamento ricercato

Individuazione delle linee guida da sviluppare nella comunicazione

Progettazione degli strumenti di comunicazione: marchio e immagine coordinata; catalogo; depliant; nome prodotto; etichette; manualistica; packaging; sito Internet, catalogo promozionale sul web, strumenti di comunicazione multi-device, ecc.

Massimale di costo

Servizio	Massimale di costo (in Euro)
Studio e progettazione del marchio aziendale	2.600,00
Studio e progettazione del marchio di una linea di prodotto	1.550,00 (per linea di prodotto)
Studio e progettazione nome del prodotto	260,00 (per prodotto)
Studio e progettazione confezione e del formato ottimale	520,00 (a confezione)
Studio e progettazione delle etichette	520,00 a etichetta (costo max. Euro 5.000)
Studio e progettazione del depliant	1.550,00
Studio e progettazione del catalogo promozionale	260,00 a pagina/scheda (costo max. Euro 5.000)
Studio e progettazione immagine coordinata aziendale	1.550,00
Studio e realizzazione del sito Internet dinamico (almeno in due lingue) e individuazione di azioni di web marketing	5.200,00 (per sito Internet)
Studio e progettazione del catalogo promozionale sul web	160 (costo max. Euro 5.200)

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Copia dei materiali realizzati

Note

Il massimale di costo dei singoli servizi richiamati nell'ambito della "Progettazione e adeguamento del materiale promozionale e packaging" sarà ridotto del cinquanta per cento se si tratta di un intervento di restyling.

La Sardegna cresce con l'Europa



Progetto cofinanziato
dall'Unione Europea
FESR Fondo Europeo di Sviluppo Regionale

Se l'impresa richiede contestualmente il servizio di realizzazione del sito internet e quello di studio e progettazione del catalogo promozionale sul web, il massimale di costo riconosciuto per quest'ultimo sarà ridotto del trenta per cento (30%).



B.15 Organizzazione della funzione commerciale

Obiettivi

Definizione della organizzazione commerciale strutturata all'interno dell'impresa.

Contenuto

Individuazione e dimensionamento dell'ufficio commerciale. Definizione delle procedure e della modulistica per le attività commerciali: gestione ordini (flusso attività, fatturazione, documentazione di accompagnamento prodotti, strumenti incasso e pagamento, sistemi logistici, assicurazione merci, listini, ecc.)

Definizione degli strumenti di analisi della clientela e indicazioni per la gestione del portafoglio di clienti.

Definizione di strumenti per la gestione dei dati di vendita (individuazione delle informazioni critiche ed elaborazione dei dati a supporto dei processi di vendita; analisi e scomposizione della quota di mercato; il conto economico di prodotto/cliente).

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
ORGANIZZAZIONE DELLA FUNZIONE COMMERCIALE	6.000	8.000	10.000	12.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Report dettagliato delle attività completate; copia manuale organizzativo area commerciale.

Note

Il massimale di costo sarà ridotto del cinquanta per cento se il servizio è richiesto congiuntamente al servizio di "Creazione di reti vendita e assistenza".

Il massimale di costo sarà ridotto del cinquanta per cento se il servizio è richiesto congiuntamente al servizio "Organizzazione di un ufficio export".

B.16 Definizione e implementazione del sistema di Customer Relationship Management

Obiettivi

Il Customer Relationship Management nasce con l'obiettivo di favorire le aziende nella fidelizzazione dei clienti, intervenendo dove il cliente ha necessità prevedibili e soddisfabili.

Fidelizzare il cliente significa conoscerlo, prevederne i bisogni, capirne i tempi e rispondere alle sue segnalazioni, tutto ciò comporta lo sviluppo di strumenti di ottimizzazione nella gestione del portafoglio clienti.

Il CRM si articola comunemente in tre tipologie:

- CRM operativo: soluzioni metodologiche e tecnologiche per automatizzare i processi di business che prevedono il contatto diretto con il cliente.
- CRM analitico: procedure e strumenti per migliorare la conoscenza del cliente attraverso l'estrazione di dati dal CRM operativo, la loro analisi e lo studio revisionale sui comportamenti dei clienti stessi.
- CRM collaborativo: metodologie e tecnologie integrate con gli strumenti di comunicazione (mobile, social network, e-mail, fax, ecc.) per gestire il contatto con il cliente.

L'errore più comune quando si parla di Customer Relationship Management è quello di equiparare tale concetto a quello di un software.

Il CRM non è una semplice questione di marketing né di sistemi informatici, ma riguarda l'azienda e la sua visione del mercato nel complesso. Il CRM è un concetto strettamente legato alla strategia, alla comunicazione, all'integrazione tra i processi aziendali, alle persone ed alla cultura, che pone il cliente al centro dell'attenzione sia nel caso del business-to-business sia in quello del business-to-consumer. Occorre investire prima in strategia, organizzazione e comunicazione, solo dopo nella tecnologia. La scelta del software non ha alcun effetto sulla probabilità di successo. Ciò non significa che i software siano tutti uguali, ma che nessun software porterà al successo un progetto sbagliato.

Contenuto

Definizione degli obiettivi dell'attività e dei risultati attesi dalle azioni.

Definizione della struttura dei data base relazionali e loro integrazione.

Progettazione della gestione integrata delle attività di data entry, front office e di back office.

Coordinamento della diffusione e gestione delle informazioni e dei servizi attraverso il web.

Studio e realizzazione delle procedure da implementare sul sito Web.

Definizione e implementazione di strategie e strumenti di promozione.

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
Definizione e implementazione del sistema customer relationship management	7.000	10.000	15.000	20.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Report dettagliato delle attività completate.

Note

Il servizio può essere concesso solo nel caso in cui l'azienda sia dotata o intenda contestualmente dotarsi di un sito web.

Il servizio "Definizione e implementazione del sistema Customer Relationship Management" consente di raggiungere il servizio di "Customer Satisfaction", i due servizi presentano significative sovrapposizioni e sinergie, le due prestazioni non possono essere riconosciute congiuntamente. In tal senso si riconosce per intero l'importo del servizio "Definizione e implementazione del sistema Customer Relationship Management" e al 50% il costo ammissibile del servizio "Definizione e implementazione del sistema di Customer Satisfaction".

B.17 Azioni di direct marketing

Obiettivo

Il Direct Marketing è uno strumento che permette all'impresa di allargare la propria base clienti, incrementare il valore degli acquisti per cliente e contenere il tasso di abbandono.

Contenuto

Individuare l'obiettivo di marketing: questa fase prevede la formalizzazione degli obiettivi di marketing che l'organizzazione vuole raggiungere (es. conoscere il profilo del cliente e sapere esattamente cosa si aspetta; acquisire nuovi clienti; coadiuvare l'eventuale rete di vendita nello svolgimento delle attività commerciali; curare la relazione con i clienti già acquisiti – gestione portafoglio clienti anche nella fase post-vendita).

Sviluppare e interrogare il database che deve contenere: dati identificativi, dati demografici o dimensionali, caratteristiche socio/demografiche e comportamentali dei clienti, loro preferenze, quanto sono profittevoli, quando e come interagiscono con l'organizzazione.

Definire le azioni e gli strumenti di marketing diretto.

Prima di lanciare la campagna di direct marketing è necessaria un'attività di tempificazione per ciascuna delle fasi di contatto da realizzare, definendo in particolare la data in cui avviare e il periodo di tempo in cui concludere il primo contatto e l'eventuale secondo contatto (follow-up).

Le principali azioni di marketing diretto

Segmentazione: vale a dire la suddivisione della clientela eterogenea in sottogruppi omogenei.

Vendita incrociata: prodotti/servizi nuovi, simili o del tutto diversi da quelli sino ad ora acquisiti, vengono offerti ai clienti già acquisiti.

Vendita continuata: si offre ai clienti il rinnovo/riacquisto di un determinato prodotto/servizio.

Customer care: si tratta di iniziative miranti a curare e a mantenere una duratura relazione con i clienti (es. progettazione e realizzazione di una ricerca per l'analisi della Customer satisfaction, iniziative di cortesia, ecc.).

Misurazione del lifetime value di un cliente: attività di misurazione del valore presente e futuro dei clienti. L'obiettivo è quello di migliorare l'efficienza degli investimenti in attività di comunicazione, dando priorità alla cura della relazione con i clienti più profittevoli.

Mettere in atto il piano di direct marketing e misurare i risultati dell'azione.

Misurazione dei risultati ottenuti: dopo aver attuato il piano di marketing secondo la scansione temporale definita, occorre misurare i risultati ottenuti, valutando in particolare le seguenti variabili: N. di lettere inviate /N. contatti realizzati (telefonate/ /); N. di contatti ottenuti; N. contratti di vendita conclusi.

I principali strumenti di marketing diretto interattivo

Telemarketing: identifica le attività telefoniche in entrata ed in uscita, finalizzate alla vendita ed al supporto di attività commerciali.

Strumenti di direct marketing legati ai social media: svolgimento di attività redazionale con la creazione di blog, newsletter, ecc.

Mailing: attività di invio messaggi ed offerte (es. e-mail, web hosting company per servizio SMS – MMS, ecc.) con l'obiettivo di generare una risposta/azione da parte di un cliente attuale o potenziale.

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
AZIONI DI DIRECT MARKETING	6.000	8.000	12.000	16.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Relazione conclusiva delle azioni completate e dei risultati raggiunti, copia del materiale di comunicazione progettato.

Note

Il massimale di costo sarà ridotto del cinquanta per cento se il servizio “**Azioni di direct marketing**” viene richiesto congiuntamente al servizio “**Customer relationship management**”.



B.18 Progettazione di azioni promozionali presso i punti di vendita

Obiettivo

Ideazione, progettazione e gestione di campagne promozionali esclusivamente in presenza del lancio di nuove linee di prodotto che l'impresa intende realizzare, rivolte ai consumatori, al trade e alla forza vendita.

Contenuto

Definizione degli obiettivi di comunicazione per il lancio di un nuovo prodotto o per incrementare il consumo e la vendita di un prodotto già esistente.

Scelta delle tipologie di evento e dei mezzi di comunicazione da utilizzare.

Gestione dei rapporti di partnership tra sponsor ed aziende.

Gestione di eventuali pratiche di concorsi ed operazioni a premio tramite raccolta punti.

Progettazione dell'allestimento e di espositori pubblicitari all'interno del punto vendita.

Progettazione di cartoline concorso, locandine e cataloghi ad hoc.

Selezione di promoter, modelle, speaker e attori.

Presentazione ed illustrazione alla forza vendita.

Pianificazione tempi e costi.

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PROGETTAZIONE DI AZIONI PROMOZIONALI PRESSO I PUNTI DI VENDITA	6.000	8.000	12.000	16.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Relazione conclusiva delle azioni realizzate e copia del materiale promozionale progettato.

B.19 Organizzazione e realizzazione di educational tour (missione operatori in Italia)

Obiettivi

Consolidamento contatti e avvio di accordi commerciali o produttivi.

Descrizione

A seguito dei contatti attivati in occasione delle azioni promozionali (fiere, missioni all'estero) si prevedono azioni di consolidamento dei rapporti avviati.

Definizione degli obiettivi della missione e caratteristiche degli operatori da invitare.

Individuazione degli operatori.

Individuazione della location, definizione del programma degli incontri.

Assistenza interpreti.

Gestione operative e logistica della missione.

Valutazione dei risultati dell'attività.

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PROGETTAZIONE DI AZIONI PROMOZIONALI DI EDUCATIONAL TOUR	6.000	8.000	12.000	16.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Relazione dettagliata dell'attività svolta.

B.20 Organizzazione e partecipazione a manifestazioni fieristiche nazionali

Obiettivi

Partecipazione a manifestazioni fieristiche

Contenuto

Scelta delle manifestazioni fieristiche.

Prenotazione spazi espositivi, servizi fieristici.

Promozione partecipazione presso clienti, anche potenziali (diffusione inviti).

Predisposizione stand e materiale fieristico e organizzazione spedizioni.

Assistenza durante lo svolgimento della fiera.

Follow-up dei contatti attivati.

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
ORGANIZZAZIONE E PARTECIPAZIONE A MANIFESTAZIONI FIERISTICHE	10.000	15.000	20.000	30.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Report attività e contatti attivati.

Note

Tale servizio può essere richiesto solo alla prima partecipazione di un'impresa ad una determinata fiera o esposizione, come previsto dall' Art. 27 del Regolamento 800/2008 che esplicitamente recita "...i costi ammissibili corrispondono ai costi sostenuti per la locazione, l'installazione e la gestione dello stand in occasione della prima partecipazione di un'impresa ad una determinata fiera o mostra".

B.21 Piano di comunicazione: progettazione e monitoraggio di azioni promozionali e pubblicitarie

Obiettivi

Pianificare lo svolgimento di attività promozionali e pubblicitarie.

Contenuto

Analisi della situazione e definizione degli obiettivi generali della campagna pubblicitaria.

Selezione e analisi del pubblico di riferimento (target campagna pubblicitaria).

Definizione della strategia creativa: advertising e copy strategy.

Scelta e pianificazione per l'acquisto degli spazi pubblicitari (media, planning, ecc.)

Valutazione dei risultati delle azioni promozionali e della campagna pubblicitaria.

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DI AZIONI PROMOZIONALI PUBBLICITARIE	6.000	8.000	12.000	16.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Relazione conclusiva e copia del piano di comunicazione attuato sui "media".

Assistenza all'internazionalizzazione ed all'esportazione

Tali servizi supportano l'introduzione di innovazioni nella sfera commerciale delle imprese per il presidio strategico dei mercati extranazionali, sviluppando soluzioni nell'ambito della conoscenza del cliente finale e dunque sistemi di market intelligence che le mettano in grado di sviluppare le strategie commerciali per l'export.

Non costituiscono innovazione nella sfera commerciale per il presidio strategico dei mercati i cambiamenti nelle pratiche dell'impresa e nelle relazioni che si basano su metodi organizzativi già utilizzati nelle imprese stesse e le attività direttamente connesse alla costituzione e gestione di una rete di distribuzione o altre spese correnti connesse all'attività di esportazione.

B.22 Piano di marketing strategico per l'estero

Obiettivi

Definizione del mercato obiettivo; studio caratteristiche e segmentazione del medesimo.

Definizione degli obiettivi commerciali nel mercato obiettivo.

Formulazione strategie di posizionamento e di marketing sulla base degli obiettivi prefissati, creazione di un planning di breve, medio e lungo periodo.

Contenuto

Ricerca di mercato per una corretta definizione delle caratteristiche del mercato obiettivo. Scelta del target e del canale distributivo e definizione degli obiettivi commerciali. Progettazione e formulazione delle strategie di posizionamento e di marketing sulla base degli obiettivi prefissati (strategia di prodotto, marketing mix, listini, ecc.). Analisi di fattibilità economica e finanziaria. Indicazione dei fabbisogni finanziari e relativa copertura.

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PIANO STRATEGICO DI MARKETING PER L'ESTERO	7.000	14.000	18.000	22.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Piano strategico di marketing per l'estero

Note

Il "piano di marketing strategico per l'estero" risulta compreso nel servizio più ampio di "Piano strategico di Marketing". Pertanto non potrà essere concesso congiuntamente a quest'ultimo.

B.23 Organizzazione di un ufficio export

Obiettivi

Organizzare l'ufficio export dell'impresa.

Descrizione

Dimensionamento struttura e definizione dei profili necessari.

Definizione delle procedure e della modulistica per le attività di gestione dell'ordine (flusso attività, fatturazione, documentazione di accompagnamento prodotti, strumenti incasso e pagamento, sistemi logistici, assicurazione merci, listini, ecc.)

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
ORGANIZZAZIONE DI UN UFFICIO EXPORT	NON PREVISTO	NON PREVISTO	9.000	12.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Manuale operativo

Note

Il massimale di costo sarà ridotto del cinquanta per cento se il servizio viene richiesto congiuntamente al servizio "Organizzazione della funzione commerciale".

B.24 Assistenza all'avvio dei contatti e alla gestione dei rapporti con partner esteri

Obiettivi

Selezione e contatto di operatori target per la discussione e la definizione di accordi.

Descrizione

Individuazione di una lista ridotta di partner potenziali (raccolta e verifica interesse nominativi selezionati).

Predisposizione e invio di materiale informativo e promozionale.

Follow-up telefonico, verifica gradimento e organizzazione incontri.

Assistere l'azienda nella definizione di accordi di collaborazione commerciale o industriale, nell'individuazione di normative per l'adeguamento delle produzioni ai mercati obiettivo, ecc.

Massimale di costo ammissibile per classe di fatturato aziendale

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
ASSISTENZA ALL'AVVIO DEI CONTATTI E ALLA GESTIONE RAPPORTI CON PARTNER ESTERI	6.000	10.000	16.000	22.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Report dettagliato delle attività completate, copia degli accordi sottoscritti, eventuali autorizzazioni, ecc.



B.25 Creazione di reti di vendita e assistenza (estero)

Obiettivi

Creazione e sviluppo di una rete di vendita e assistenza nel mercato obiettivo.

Contenuto

Definizione del modello di rete vendita da costruire. Definizione, ricerca e selezione dei profili professionali. Predisposizione contratti e sistema di incentivazioni. Piano di addestramento agenti di vendita.

Definizione di strumenti di monitoraggio rete vendita.

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
CREAZIONE DI RETI DI VENDITA E ASSISTENZA	6.000	10.000	16.000	22.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Report dettagliato delle attività e rete vendita organizzata.

Note

Il massimale di costo sarà ridotto del cinquanta per cento se il servizio viene richiesto congiuntamente al servizio "Organizzazione della funzione commerciale".



B.26 Servizi per l'individuazione e l'adeguamento dei prodotti a normative tecniche estere

Obiettivi

Adeguamento delle produzioni a normative estere.

Contenuto

Individuazione delle disposizioni e delle norme tecniche relative alle diverse categorie di prodotto oggetto di commercializzazione nei mercati obiettivo.

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
SERVIZI PER L'INDIVIDUAZIONE E L'ADEGUAMENTO PRODOTTI A NORMATIVE TECNICHE ESTERE	8.000	12.000	16.000	22.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Relazione attività svolta.



B.27 Servizi per la costituzione e il funzionamento all'estero di rappresentanze permanenti

Obiettivi

Dotare l'azienda di una rappresentanza in un paese estero

Contenuto

Definizione della tipologia di rappresentanza da attivare.

Predisposizione contratti e sistema di incentivazioni.

Formazione agenti e monitoraggio rete vendita.

Supporto allo sviluppo della rete vendita.

Monitoraggio delle attività e supporto alla rete di vendita.

Predisposizione contratti e sistema di incentivazioni.

Formazione agenti e monitoraggio rete vendita.

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
SERVIZI PER LA COSTITUZIONE E IL FUNZIONAMENTO ALL'ESTERO DI RAPPRESENTANZE PERMANENTI	6.000	10.000	16.000	22.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Relazione sull'attività svolta



B.28 Organizzazione e partecipazione a manifestazioni fieristiche all'estero

Obiettivi

Partecipazione a manifestazioni fieristiche all'estero

Contenuto

Scelta delle manifestazioni fieristiche.

Prenotazione spazi espositivi, servizi fieristici.

Promozione partecipazione presso clienti, anche potenziali (diffusione inviti).

Predisposizione stand e materiale fieristico e organizzazione spedizioni.

Assistenza durante lo svolgimento della fiera. Follow-up dei contatti attivati.

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
ORGANIZZAZIONE E PARTECIPAZIONE A MANIFESTAZIONI FIERISTICHE	10.000	16.000	26.000	40.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Report attività e contatti attivati.

Note

Tale servizio può essere richiesto solo alla prima partecipazione di un'impresa ad una determinata fiera o esposizione, come previsto dall' Art. 27 Regolamento 800/2008 del 6 agosto 2008 che esplicitamente recita "...i costi ammissibili corrispondono ai costi sostenuti per la locazione, l'installazione e la gestione dello stand in occasione della prima partecipazione di un'impresa ad una determinata fiera o mostra".

B.29 Azioni di sensibilizzazione verso la stampa locale (estero)

Obiettivo

Organizzare un'attività di comunicazione aziendale informale.

Contenuto

Selezione dei principali periodici specializzati e magazine locali.

Composizione del file di lavoro: individuazione e contatto dei responsabili degli spazi di ogni testata.

Predisposizione di comunicati stampa e profili aziendali.

Invio di comunicati stampa ed editoriali.

Organizzazione di conferenze stampa, interviste ed eventi.

Follow-up dei contatti, sensibilizzazione e aggiornamento delle informazioni.

Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
AZIONI DI SENSIBILIZZAZIONE VERSO LA STAMPA LOCALE	6.000	10.000	16.000	22.000

Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Relazione conclusiva delle azioni completate, copia delle uscite sui "media" e del materiale di comunicazione progettato.