



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Progetto Servizi

Obiettivi, approccio ed attività replicabili

Roma, febbraio 2014

Obiettivi e specificità del Progetto Servizi

- Il Progetto Servizi, condiviso nel corso della Conferenza di Sistema e del Meeting dei Direttori 2011, è stato avviato nel 2012 con un piano di attività articolato su un orizzonte temporale di tre anni
- Obiettivo del progetto è contribuire a rafforzare visibilità e ruolo politico-sindacale del Sistema Confcommercio ed in particolare delle sue organizzazioni nazionali e territoriali verso il comparto dei servizi alle imprese ed alle persone. La prima fase del progetto si è concentrata sui servizi alle imprese
- Si contraddistingue per un forte **coinvolgimento e contributo operativo di Organizzazioni territoriali e nazionali**. Nella fase progettuale sono state coinvolte Ascom Perugia, Ascom Roma, Ascom Trento, Assintel, Asseprim, e Aeranti Corallo. Molte delle attività previste dal progetto Servizi sono state concretamente sperimentate nel territorio Umbro.



Un approccio che ha messo a fattor comune diverse aree di competenza Confcommercio su innovazione, digitale e servizi



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

PROVINCIA DI PERUGIA



ASSINTEL
ASSOCIAZIONE NAZIONALE
IMPRESE ICT



ASSEPRIM
ASSOCIAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE

PREMIO NAZIONALE PER L'INNOVAZIONE NEI SERVIZI



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
TRENTINO



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
Provincia di Roma Capitale

Progetto Servizi, Premio
Innovazione Servizi, Innovation
Point, Le Bussole, competenze
Asseprim ed Assintel, ...



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

in collaborazione con **KANS**

Le diverse attività realizzate all'interno del Progetto Servizi

- «Ascolto», tramite *focus group*, delle imprese di servizi alle imprese socie / non socie Confcommercio per coglierne bisogni ed aspettative
- Predisposizione di un format per il monitoraggio dell'Ascom rispetto al comparto dei servizi alle imprese
- Aggiornamento della panoramica di associazioni autonome di rappresentanza di professionisti di servizi alle imprese ed alla persona
- Predisposizione di una prima versione di *Manifesto per supportare l'innovazione nei servizi alle imprese, alla persona ed al territorio*
- Elaborazione di possibili soluzioni di servizio da attivare a livello locale per massimizzare la capacità di offerta di Confcommercio verso il comparto dei servizi alle imprese
- Sperimentazione di un primo servizio *Imprese@Confronto sul digitale* attraverso cui, partendo dalla sensibilizzazione della «domanda» sulle opportunità del digitale, puntare a facilitare il confronto con l'«offerta» di soluzioni digitali a partire da reali bisogni ed azioni considerate prioritarie condividendo possibili soluzioni, competenze ed opportunità di collaborazione.



Opportunità per le Organizzazioni territoriali

Attivare - con il supporto di Confcommercio Centrale - le aree di intervento mostratesi più efficaci nell'ambito del *Progetto Servizi* al fine di rafforzare la propria capacità di risposta non solo alle esigenze operative ed alle richieste di rappresentanza che emergono dalle imprese del comparto dei servizi alle imprese ma anche nei confronti della domanda di innovazione nei servizi «tradizionali»



Aree di intervento proposte

- ① **Ascolto, tramite indagine qualitativa, di bisogni ed esigenze delle imprese di «nuovi» servizi alle imprese - socie e non socie - operanti sul territorio**
- ② **Definizione possibili aree di intervento e servizi per rafforzare capacità dell'Organizzazione di presidiare il mercato, aumentare la propria visibilità e l'efficacia delle azioni di marketing e commerciali**
- ③ **Realizzazione di una serie di iniziative Imprese@Confronto sul digitale, volte a sensibilizzare le imprese del comparto servizi «tradizionali» sulle opportunità del digitale, accompagnandole al confronto con le imprese dell'offerta di soluzioni digitali.**

La replicazione delle aree di intervento prevede opportuni adattamenti e riletture alle specificità territoriali



① Indagine qualitativa - dettaglio attività

Piano di ricerca qualitativo - tramite la predisposizione di *focus group* - per approfondire bisogni ed aspettative delle imprese di servizi alle imprese e la loro percezione e relazione con il mondo associativo e Confcommercio. All'interno dell'analisi vengono coinvolte sia imprese associate che non associate a Confcommercio appartenenti alle aree settoriali: *information technology*, comunicazione multimediale, marketing, consulenza.



① Aree tematiche approfondite nei *focus group*

Problematiche ed inefficienze di mercato

Elementi di contesto che incidono sulla operatività delle imprese, ostacoli alla competitività e all'innovazione

Opportunità di potenziamento dei servizi offerti dalle associazioni

Principali bisogni che non trovano adeguata risposta sul mercato. Aree di potenziamento rispetto all'offerta esistente e servizi richiesti al mondo associativo

Percezione mondo associativo ed interazione con Confcommercio

Capacità di rappresentanza del mondo associativo verso il comparto dei servizi alle imprese, modalità di interazione tra Confcommercio e le imprese, key issues e principali reazioni all'offerta Confcommercio

Modalità e strumenti per promuovere l'offerta Confcommercio alle imprese

Modalità di comunicazione, azioni e strategie per potenziare il posizionamento di Confcommercio, attrarre attenzione ed interessare le imprese ad associarsi.



② Definizione possibili aree di intervento e servizi - dettaglio attività

- Attivare un percorso di *assessment*, sulla base del format definito, per valutare il presidio dell'Ascom rispetto al comparto dei servizi alle imprese e definire possibili aree di intervento e servizi per rafforzare la capacità dell'Organizzazione di presidiare il mercato, aumentare la propria visibilità e l'efficacia delle azioni di marketing e commerciali
- La metodologia prevede il coinvolgimento attivo dell'Ascom, di alcune Organizzazioni nazionali e della Rete Associativa Confcommercio. L'attività di tale gruppo di lavoro così come la metodologia di co-progettazione adottata sono elementi fondamentali per elaborare/personalizzare le possibili soluzioni di servizio.



② Format ed aree di analisi per l'*assessment*

Presidio e lettura
del mercato

Visibilità e
percezione

Coerenza e
rilevanza
dell'offerta

Processo di
marketing e
commerciale

Per ciascuna area vengono analizzati *item* informativi attraverso indagini desk e qualitative e l'analisi delle principali azioni ed interventi messi in campo dalle Ascom.



② Elaborazione di soluzioni di servizio per le imprese di «servizi alle imprese» - elementi distintivi della metodologia

La metodologia adottata prevede il coinvolgimento (co-progettazione) di Ascom e Organizzazioni nazionali. La loro partecipazione attiva consente di:

- **Accesso a competenze e «progettualità verticale»** verso il comparto dei servizi alle imprese *knowledge intensive*
- Identificare le soluzioni di servizio più adatte alle specificità settoriali delle imprese considerate
- Definire soluzioni incrementali rispetto all'offerta tipica dell'Ascom
- **Facile realizzabilità** delle soluzioni identificate mettendo a fattor comune risorse e competenze possedute e sfruttando curva di esperienza ed economie di scala maturate dalle Organizzazioni.



③ Imprese@Confronto sul digitale - dettaglio attività

Ogni iniziativa si compone di due incontri con le imprese:

Incontro 1: con le imprese della «domanda»

Quali opportunità e priorità di intervento?

Analizzare le principali opportunità del digitale per specifici settori potenziali «domanda» di soluzioni digitali e condivisione **priorità di intervento**

Incontro 2: con le imprese della «domanda» e dell'«offerta» di soluzioni digitali

Cosa fare? Come farlo e con chi?

Incontrare le imprese che offrono servizi digitali e confrontarsi sulle priorità emerse nel primo incontro progettando assieme **strategie, soluzioni e strumenti** realmente potenzianti.

③ Il negozio «arricchito» dove il digitale rafforza gli elementi chiave ed estende le leve competitive del negozio tradizionale



Logistica



Gestione
attività e
processi



Marketing
e CRM



Evasione
ordini



Assistenza
e servizio



Business
intelligence



③ Incontri realizzati

Imprese@Confronto

Il digitale per il commercio umbro

Soluzioni, strumenti e attori

18 e 29 ottobre ore 14.00

Polo Formativo Confcommercio (Sede Università dei Sapori) – Via Montecorneo 45 – Perugia

18 ottobre – Opportunità (e criticità) del digitale per il commercio umbro e priorità di intervento

(Evento rivolto alle imprese dei settori alimentare, abbigliamento – calzature, mobili)

29 ottobre – Soluzioni e strumenti attivabili. Confronto tra imprese del commercio e del digitale

(Evento rivolto alle imprese di servizi digitali e dei settori alimentare, abbigliamento – calzature, mobili)



in collaborazione con **KANS**

Imprese@Confronto

Il digitale per il turismo umbro

Soluzioni, strumenti e attori

13 e 29 novembre - ore 14.30

Polo formativo Confcommercio (sede Università dei Sapori)
Via Montecorneo 45 - Montebello Perugia

13 novembre - Opportunità (e criticità) del digitale per il turismo umbro e priorità di intervento

(Evento aperto alle imprese dei settori ricettività, ristorazione e agenzie di viaggio)

29 novembre - Soluzioni e strumenti attivabili. Confronto tra imprese del turismo e del digitale

(Evento aperto alle imprese di servizi digitali e alle imprese dei settori ricettività, ristorazione e agenzie di viaggio)



in collaborazione con **KANS**

Come raccogliere maggiori dettagli e/o manifestare il proprio interesse?

Contattare Sergio Ceci (Direzione Centrale Rete Associativa - Direttore settore categorie, settori e organizzazione Unioni regionali)

065866305

s.ceci@confcommercio.it

Momento di approfondimento previsto all'interno del Meeting dei Direttori del 7 marzo pv

