

Progetto di ricerca su:
“Le nuove sfide della servitizzazione: pratiche di gestione della Service Supply Chain”

Allegato C

Afferenza: **Dipartimento di Ingegneria gestionale, dell’Informazione e della Produzione**

Coordinatore: **Prof. Paolo Gaiardelli**

Obiettivi generali del programma di ricerca:

Con riferimento agli obiettivi del progetto di ricerca “Le nuove sfide della servitizzazione” (fondo GAIARES14), questa ricerca si pone l’obiettivo di indagare le dinamiche che sottostanno il processo di servitizzazione nelle aziende del service network prendendo il punto di vista dei fornitori di servizi, generalmente Piccole e Medie Imprese (PMI). In particolare, la ricerca è volta ad analizzare le barriere e i facilitatori della trasformazione verso un modello di business basato sul paradigma prodotto-servizio in un settore manifatturiero strategico in ottica sia di singola organizzazione sia di network integrato. Il settore preso in analisi è quello dell’Automotive, industria di riferimento nel territorio bergamasco e a livello nazionale. In particolare, la ricerca si focalizzerà sui dealer e sulle officine di assistenza che, svolgendo le attività di service per nome e per conto di casa madre, devono saper allineare le proprie strategie con i bisogni dei clienti, da un lato, e con le strategie della focal company dall’altro.

Descrizione del programma

Il progetto è strutturato in tre macro-attività:

- analisi della letteratura scientifica e manageriale di riferimento, volta ad inquadrare il set delle caratteristiche tipiche di un’azienda e/o di un network di erogazione di un prodotto-servizio nel settore Automotive;
- svolgimento di due indagini miranti, la prima a descrivere le caratteristiche organizzative e di configurazione dei network industriali che erogano soluzioni integrate di prodotto-servizio e la seconda per testare la corrispondenza tra i requisiti richiesti dal mercato, le necessità delle case madri e le caratteristiche peculiari dei dealer e delle officine che forniscono una soluzione o un set di soluzioni integrate;
- analisi sulle principali prestazioni economico-finanziarie e di competitività delle aziende per identificare le componenti principali di un prodotto-servizio, le tipologie di servizi di base e innovativi che possono contribuire a estendere le funzionalità e il valore percepito di un prodotto, gli attori e i ruoli nel network di assistenza, i principali processi sottesi e le pratiche manageriali e gestionali alla base delle scelte riguardanti l’organizzazione e la strategia aziendale, al fine di formalizzare approcci di configurazione della filiera del service adeguati ai differenti requisiti di prodotto-servizio richiesti dal mercato.