

8 gennaio 2025

Lettera all'Imprenditore n. 361

Benedetti&Co

Cos'è il Piano Gamma Prodotti?



*"Un buon prodotto soddisfa un bisogno,
ma una buona strategia trasforma una gamma in un ecosistema di
valore."*

Clayton M. Christensen

Il Piano Gamma Prodotti (o "product mix" nel lessico business di origine anglosassone) è un documento strategico che sintetizza l'intera offerta commerciale di un'azienda, organizzando e descrivendo l'insieme dei prodotti o servizi della stessa disponibili per il mercato. Il Piano Gamma Prodotti rappresenta un elemento chiave nella gestione aziendale, in quanto non solo funge da strumento di pianificazione e controllo, ma permette anche di definire e modulare la proposta commerciale in base agli obiettivi strategici e ai cambiamenti del mercato. Questo Piano assume un valore ancora maggiore se aggiornato periodicamente, tipicamente all'inizio di ogni anno o esercizio, basandosi su una valutazione approfondita delle performance dell'anno precedente.

Cos'è e a cosa serve?

Il Piano Gamma Prodotti ha lo scopo di offrire una visione chiara e strutturata dell'offerta dell'azienda. Un buon piano di questo tipo deve includere le seguenti dimensioni:

- ✓ **Ampiezza:** numero di famiglie (o linee) che l'azienda propone. Ad esempio, un'azienda alimentare potrebbe includere bevande, snack e prodotti freschi;
- ✓ **Profondità:** numero di varianti all'interno di ciascuna famiglia di prodotto/servizio. Sempre nel caso dell'azienda alimentare, nell'ambito della stessa famiglia, ad esempio gli snack, possono esserci diverse tipologie: dolci, salati, biologici;
- ✓ **Lunghezza,** cioè il numero totale di articoli offerti, considerando tutte le famiglie e le varianti;
- ✓ **Consistenza:** ovvero grado di uniformità tra i prodotti in gamma in termini di tecnologia, design, qualità o target di mercato;
- ✓ **Coerenza:** ovvero il grado di coerenza con il mercato. Ad esempio, nel settore della moda le sfilate sono uno strumento utilizzato per creare la coerenza tra mercato e gamma prodotti.

La funzione primaria di questo documento è quella di guidare le decisioni strategiche e operative dell'azienda, fornendo una base solida per attività come la produzione, il marketing, la logistica e la vendita. Inoltre, il Piano Gamma permette di evidenziare le priorità, evitando sovrapposizioni tra prodotti e garantendo un utilizzo efficiente delle risorse.

Caratteristiche di un Piano Gamma prodotti efficace

Un Piano Gamma prodotti ben realizzato deve possedere alcune caratteristiche fondamentali, al fine di assolvere contemporaneamente il suo duplice scopo di documento strategico e programmatico. Nel concreto, questo strumento deve:

- ✓ Essere **chiaro e semplice**, per essere facilmente comprensibile da tutti i reparti aziendali coinvolti, evitando eccessiva complessità;
- ✓ Avere un **orientamento strategico**, riflettendo gli obiettivi di lungo termine dell'azienda, come l'espansione in nuovi mercati, l'aumento delle vendite o il miglioramento della marginalità;

- ✓ Essere **flessibile**, consentendo adattamenti rapidi in risposta a cambiamenti del mercato, tendenze dei consumatori o condizioni economiche;
- ✓ Basarsi su un'**analisi accurata dei dati**, valutando le performance di vendita, i costi di produzione, i margini di profitto e le dinamiche di mercato dell'anno precedente.

Il Piano Gamma come strumento programmatico annuale

Ogni inizio anno o esercizio, il Piano Gamma prodotti diventa un documento cruciale per orientare le attività aziendali. Questa fase di aggiornamento si basa su una revisione critica dei dati relativi all'anno precedente. Tra gli elementi principali che vengono valutati vi sono le performance di vendita, ossia quali prodotti hanno registrato le migliori e peggiori prestazioni in termini di fatturato, quantità vendute e margine di profitto. È altrettanto importante valutare i costi di produzione e logistica, per individuare quali prodotti o linee siano risultati troppo onerosi rispetto ai benefici generati.

Il feedback del mercato, (raccolto da clienti, distributori e/o rivenditori a seconda del proprio modello di business), aiuta a identificare eventuali lacune o opportunità nell'offerta. A questo si aggiunge un'analisi della concorrenza, indispensabile per studiare le strategie dei competitor e capire come posizionare meglio i propri prodotti. Sulla base di queste valutazioni, l'azienda può ottimizzare la gamma prodotti, eliminando quelli poco performanti o costosi, aggiungendo nuove linee per coprire segmenti di mercato scoperti, o aggiornando prodotti esistenti per migliorare la loro competitività.

Il Piano come strumento strategico

Un Piano Gamma prodotti ben strutturato ha un impatto diretto su molteplici aspetti della gestione aziendale. Tra i principali benefici, consente un allineamento organizzativo, permettendo a tutti i reparti di lavorare verso obiettivi comuni, dalla produzione al marketing. Favorisce la massimizzazione della redditività, concentrando le risorse sui prodotti più profittevoli e riducendo gli sprechi. Garantisce adattabilità al mercato, permettendo di rispondere rapidamente a cambiamenti nella domanda,

nelle tecnologie o nelle condizioni economiche. Inoltre, il Piano Gamma prodotti supporta le decisioni strategiche, fornendo dati e analisi che guidano scelte fondamentali, come il lancio di nuovi prodotti o l'ingresso in nuovi mercati. Infine, consente una gestione efficace dei rischi: attraverso un'analisi preventiva, è possibile identificare eventuali vulnerabilità nell'offerta e intervenire prima che problemi significativi si manifestino.

In sintesi, il Piano Gamma prodotti è molto più di una semplice lista di ciò che un'azienda vende: rappresenta uno **strumento strategico e operativo indispensabile per garantire competitività e successo nel lungo termine**. La sua redazione e il suo aggiornamento periodico permettono di adattare l'offerta aziendale alle esigenze del mercato e agli obiettivi di crescita. Utilizzandolo come documento programmatico annuale, le aziende possono analizzare in profondità le performance passate, ottimizzare le proprie risorse e pianificare il futuro con maggiore consapevolezza.

Benedetti&Co, da oltre vent'anni, grazie ad un Team di esperti è in grado di supportare l'azienda nella definizione del Piano Gamma. Il team Benedetti&Co trasferisce in azienda metodi e strumenti che permetteranno all'azienda di operare ogni giorno le scelte più efficaci in coerenza con la strategia e gli obiettivi fissati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Brescia

Via G. Oberdan 5/7
25128 Brescia
tel. +39 030 20 54 803
info@benedetti-co.it

Milano

Via S. Michele del Carso 22
20144 Milano
tel. +39 02 805 057 74
info@benedetti-co.it

Mumbai

INDIA - 400006 Mumbai,
Ajanta Building Flat 1.
LD Ruparel -
Marg. Malabar Hill
tel. +91 - 9820088817