

MARCOLIN COVERING S.R.L. “STRATEGIA ORGANIZZATIVA E INTERNAZIONALE”

IL PROGETTO È SOSTENUTO DAL FINANZIAMENTO POR FESR DI € 73.123,20 | PRATICA 31056
DI REGIONE AUTONOMA FRIULI VENEZIA GIULIA, POR FESR, REPUBBLICA ITALIANA, UNIONE EUROPEA.
BANDO POR FESR 2014 – 2020 ATTIVITÀ 2.2.A.2 INTERVENTI NELL'AREA DI CRISI DEL MOBILE DGR N. 580/2017



marcolin
the covering evolution



DESCRIZIONE

L'azienda intende realizzare iniziative di sviluppo organizzativo e di marketing internazionale oltre a partecipare a eventi fieristici. In particolare ogni azienda è un Organismo e non un meccanismo, ciò vuol dire che bisogna lavorare sull'insieme, avere un progetto di sviluppo, comprendere che ogni intervento su una parte del sistema, si riverbera su tutta l'organizzazione.

Le attività previste sono:

- **Mappatura organizzativa**
- **Job analysis e potential development**
- **Job analysis e bilancio di competenze**
- **Strategic identity**
- **Azioni di marketing internazionale,**
- **Sviluppo di approcci dedicati**
- **Partecipazione a fiere internazionali**

OBIETTIVI

Gli obiettivi degli interventi si possono riassumere in un miglioramento organizzativo diffuso che permetterà alla struttura di guadagnare efficienza e ridurre gli sprechi.

Le azioni dirette al marketing internazionale sono collegate alle fiere per un'azione di promozione commerciale e di marketing sui mercati esteri a cui l'azienda punta per la crescita dei volumi che già negli ultimi anni ha beneficiato di incrementi importanti derivanti da paesi europei.

RISULTATI

L'intervento è mirato alla crescita dell'impresa e della sua organizzazione. L'innovazione dei processi organizzativi e il contemporaneo investimento in azioni di marketing internazionale strategico in chiave innovativa permetteranno di incrementare il fatturato, ma anche i margini operativi in quanto migliori rispetto al mercato interno.

La partecipazione a fiere di settore garantirà un sicuro riscontro in termini di nuovi mercati, nuova clientela e nuove indicazioni per sviluppare e migliorare i prodotti anche in relazione ai mercati di riferimento attuali e potenziali. Soluzioni che già in passato sono derivate dalla richiesta di clienti e mercati ed hanno determinato il successo di alcune linee di prodotto e la nascita di nuove.



POR FESR
2014 2020
Friuli Venezia Giulia

OPPORTUNITÀ PER UNA CRESCITA SOSTENIBILE

