

LA GESTIONE ECONOMICA DEL PUNTO VENDITA

“TECNICHE DI DIREZIONE E CONTROLLO”

PARTE PRIMA

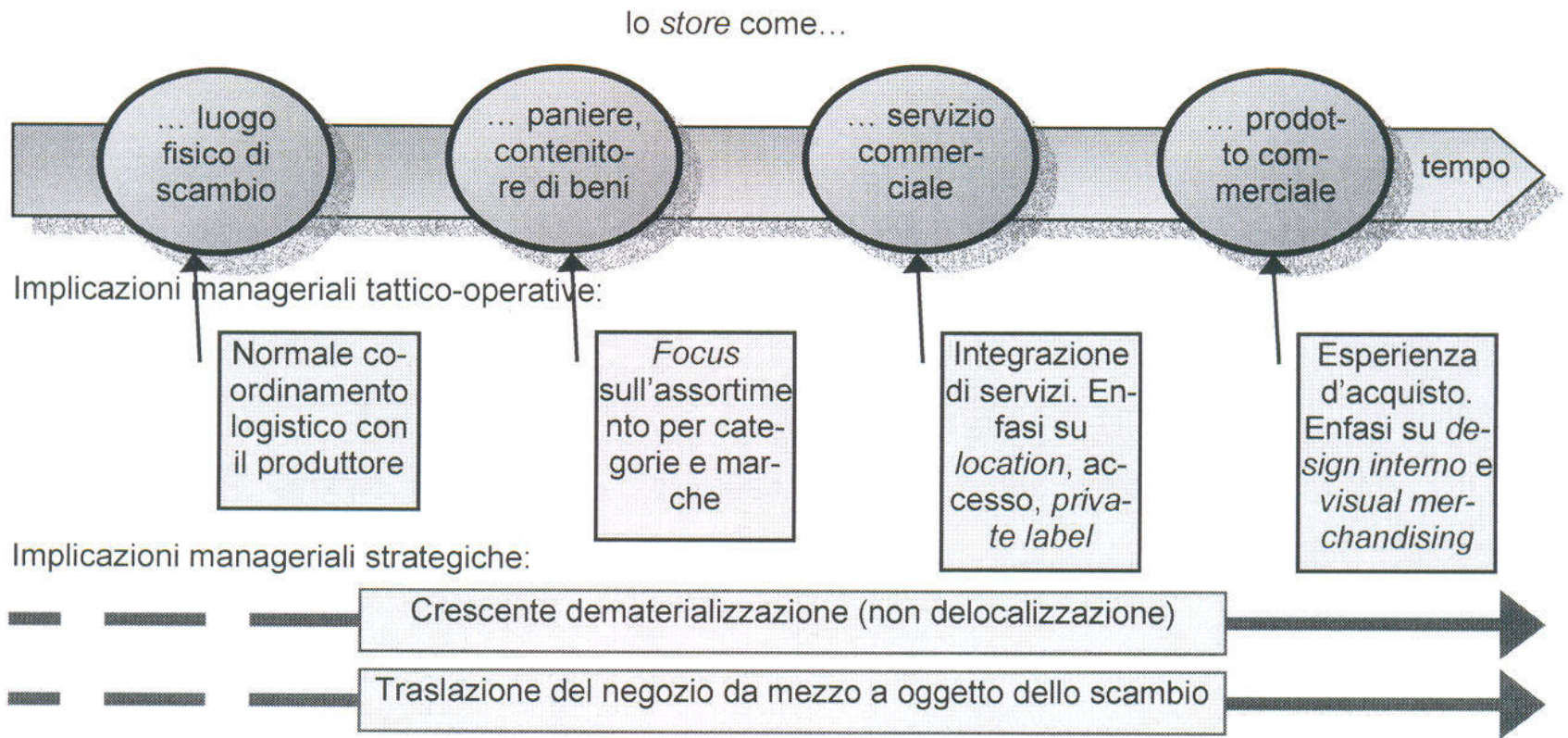
LA FUNZIONE LOGISTICA DI UN PUNTO VENDITA
CONSISTE NEL RENDERE DISPONIBILI LE MERCI NEI
LUOGHI, NEI TEMPI E CON LE MODALITA' PREFERITE DAI
CONSUMATORI.

IN POCHE PAROLE *COLMA LA DISTANZA
ECONOMICA TRA PRODUZIONE E CONSUMO.*

IN GENERALE L'ATTIVITA' PRINCIPALE DELL'AZIENDA COMMERCIALE LEGATA AL PUNTO VENDITA(RETAIL) E' QUELLA DI RENDERE VENDIBILE UN PRODOTTO AGGIUNGENDO UNA SERIE DI SERVIZI E ATTIVITA' CHE VENGONO SINTETIZZATI NELLA PAROLA:

SERVIZI COMMERCIALI

Fig. 1 – Evoluzione paradigmatica del concetto di punto vendita per l'impresa commerciale



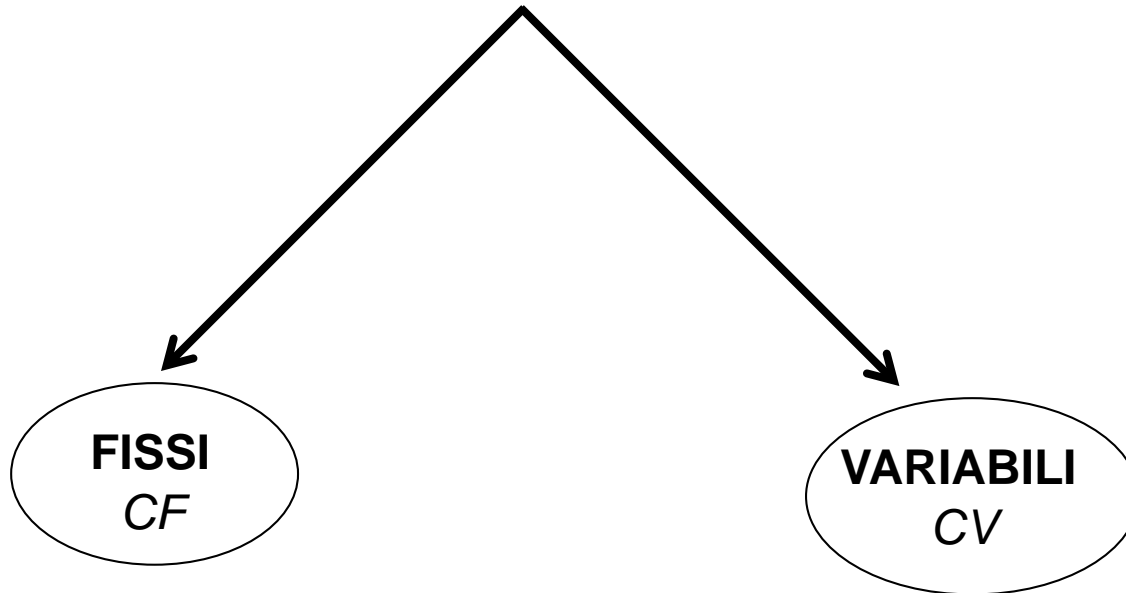
Fonte: ns. elaborazione

DA QUI IL PRIMO CONCETTO DA FARE NOSTRO:

**IL PUNTO VENDITA COMMERCIALE NON VA VISTO
COME STRUMENTO DI VENDITA MA COME PRODOTTO
COMMERCIALE**

E COME TUTTE LE AZIENDE HA UNA UNICA CERTEZZA: **I COSTI!!**

I COSTI SI POSSONO DIVIDERE IN:



COSTI FISSI

SONO L'INSIEME DEI COSTI CHE UN'AZIENDA DEVE SOSTENERE INDIPENDENTEMENTE DAL VOLUME DELLE MERCI VENDUTE.

IN CONTRAPPOSIZIONE, INVECE...

COSTI VARIABILI

SONO QUELLI CHE VARIANO PROPORZIONALMENTE AL VARIARE DELLE MERCI VENDUTE

ESEMPI DI COSTI FISSI:

- FITTO
- CONDOMINIO
- AMMORTAMENTO NEGOZI.....

ESEMPI DI COSTI VARIABILI:

- UTENZE
- PERSONALE
- SPESE DI SPEDIZIONE.....