

Introduzione

Livello di difficoltà (basso):

Tempo di apprendimento: 3 ore

Sistema competenze: apprendimento dei concetti Del concetto di qualità

Sistema di valutazione dei risultati: schede a risposta multipla



Nuovi Strumenti di Promozione, Comunicazione,
e Internazionalizzazione dei prodotti
Eno-Agroalimentari

Qualità significa capacità di soddisfare esigenze esplicite o implicite – di tipo morale e materiale, sociale ed economico, proprie della vita civile e produttiva – tradotte in forma di requisiti, non generici ma concreti e misurabili, attraverso adeguati processi di regolamentazione e normazione

Le esigenze che la qualità è chiamata a soddisfare possono essere di carattere primario, connesse cioè con la tutela di bisogni essenziali, quali la sicurezza, la salute e i diritti fondamentali delle persone in genere, o di natura accessoria, relative al soddisfacimento di esigenze materiali e spirituali che trascendono i bisogni essenziali, quali le prestazioni, l'affidabilità, la durata, la bellezza, il comfort e le caratteristiche qualitative in genere dei beni e servizi su cui si basa la vita economica e civile della società moderna.



Nuovi Strumenti di Promozione, Comunicazione,
e Internazionalizzazione dei prodotti
Eno-Agroalimentari

La qualità può avere, inoltre, una valenza essenzialmente “economica” (soddisfaccimento di esigenze tecnico-economiche nel quadro di uno specifico rapporto contrattuale) o una più ampia valenza “sociale”, non necessariamente regolata da rapporti contrattuali diretti (es. qualità ambientale e altre forme di gestione socialmente responsabile dei processi produttivi e di servizio).



Nuovi Strumenti di Promozione, Comunicazione,
e Internazionalizzazione dei prodotti
Eno-Agroalimentari

Il concetto di qualità

Per il cliente

La qualità è il complesso di aspetti del prodotto che garantiscono la soddisfazione delle esigenze del che hanno motivato l'acquisto.

ASPETTI SOGGETTIVI DELLA QUALITA'

Per l'impresa

La qualità riguarda tutte le componenti dell'organizzazione

- Pianificazione strategica
- Risorse
- Processi
- Personale

ASPETTI OGGETTIVI DELLA QUALITA'



Nuovi Strumenti di Promozione, Comunicazione,
e Internazionalizzazione dei prodotti
Eno-Agroalimentari

La qualità può essere riferita a:

PRODOTTO

conformità alle specifiche e
adeguatezza all'uso

- ✓ Controllo di qualità
- ✓ Concetto statico
- ✓ Qualità oggettiva

PROCESSO

capacità di generare output
conformi nel tempo

- ✓ Assicurazione della qualità
- ✓ Concetto statico
- ✓ Qualità oggettiva

SISTEMA AZIENDA

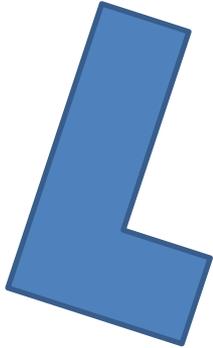
capacità di adeguare l'offerta
alle esigenze del mercato
ottimizzando le performance
aziendali

- ✓ Gestione della qualità
- ✓ Concetto dinamico
- ✓ Qualità soggettiva



Nuovi Strumenti di Promozione, Comunicazione,
e Internazionalizzazione dei prodotti
Eno-Agroalimentari

Q U A L I T A'



QUALITÀ OGGETTIVA è un concetto strettamente correlato al prodotto, e si configura come l'insieme di attributi fisici e tecnico- funzionali che lo stesso deve necessariamente possedere affinché possa definirsi di qualità

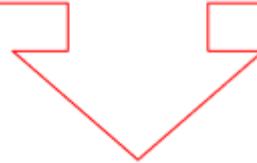
QUALITÀ SOGGETTIVA rappresenta la proiezione, l'immagine del prodotto nella mente del consumatore che egli elabora contestualmente ad una esperienza di consumo



Nuovi Strumenti di Promozione, Comunicazione,
e Internazionalizzazione dei prodotti
Eno-Agroalimentari

QUALITA' OGGETTIVA

- nota
- misurabile
- riconoscibile
- è interna
- si opera attraverso il
CONFRONTO



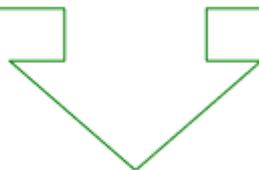
Determinata *a monte* del processo
Controllata *a valle* del processo



Nuovi Strumenti di Promozione, Comunicazione,
e Internazionalizzazione dei prodotti
Eno-Agroalimentari

QUALITA' SOGGETTIVA

- no fattori oggettivi
- confronto tra percezioni/attese
- è esterna
- Richiede strumenti di ascolto per attese e percezioni



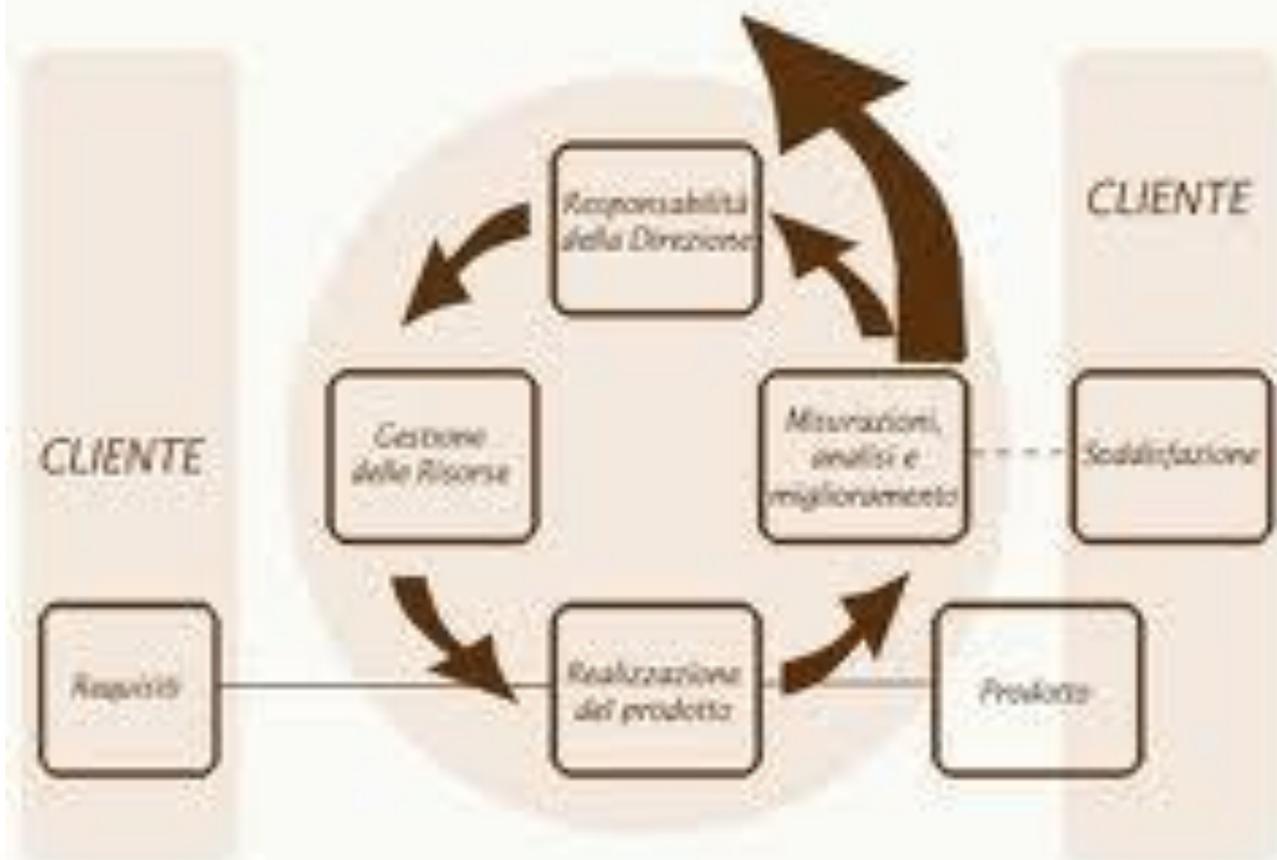
Deve essere *gestita* durante

- › l'intero processo di creazione del valore per il cliente



Nuovi Strumenti di Promozione, Comunicazione,
e Internazionalizzazione dei prodotti
Eno-Agroalimentari

MIGLIORAMENTO CONTINUO DEL SISTEMA DI GESTIONE PER LA QUALITA'



I pilastri della Gestione della Qualità



Relazione tra qualità del processo e qualità dei risultati

