



Protagonisti:  
Industria Serramenti Dorgali

Speciale: Il Punto, convention Alphacan

La soddisfazione dei clienti

Pillole di pose in opera (4):  
Il fissaggio del telaio

Tecniche e psicologia di vendita (3):  
A domanda, rispondi

## Notiziario

- 4**
- La vetrina dei partners
  - Fiere all'estero con Alphacan
  - Splendida Budapest
  - Meeting ANIT
  - Pieni e vuoti (guida tecnica)
  - Legge 488

## Protagonisti

- 14**
- INDUSTRIA SERRAMENTI DORGALI: dalla Sardegna al Cile

## Ricerca e sviluppo

- 18**
- Novità e progetti Alphacan
  - Samuplast ed il nuovo circuito fieristico
  - Pillole di posa in opera (4)

## Speciale

- 22**
- Il Punto: Alphacan incontra i suoi partners

## Qualità e ambiente

- 26**
- La posa del serramento in Europa
  - La pagella dei clienti promuove Alphacan
  - PVC per "costruire ECO"

## Spazio Aperto

- 32**
- Una piccola squadra alla conquista del mondo
  - L'esperienza di un area manager
  - Risultati sorprendenti e vantaggi reali

## Organizzazione aziendale

- 38**
- Sei un "leader contagioso"?
  - Tecniche e psicologia di vendita (3)

In copertina: "Finestre d'autore".  
In questo numero Salvador Dalí  
*Ragazza alla finestra* (1925),  
Madrid, Museo Español de Arte  
Contemporanea

## IL NODO

Periodico di informazione Alphacan  
n.7, Luglio 2004

## Autorizzazione del Tribunale di Trento

n.1141 del 19.06.2002

## Direttore responsabile:

Marco Santoni

## Redazione:

Sara Basso, Maurizio Mazzurana (*Ricerca e Sviluppo*), Margherita Pedrotti

## Hanno collaborato a questo numero:

Mirko Anesi, Clara Bortolameotti, Riccardo Brancaleone, Davide Cinquegrani,  
Anna Faes, Federica Girardi, Fulvio Maranzana

## Grafica e impaginazione:

OriKata - Trento

## Stampa:

Tecnolito Grafica - Trento

## Direzione redazione e amministrazione:

Alphacan S.p.A.

V.le Industria, 1

38057 Pergine (TN)

Tel. 0461 505100

Fax 0461 532559

ilnodo@alphacan.it

redazione@alphacan.it

*Gli arretrati de Il Nodo sono disponibili gratuitamente  
(fino ad esaurimento scorte) su richiesta alla redazione.*

Il Nodo è consultabile on line  
all'indirizzo [www.alphacan.it](http://www.alphacan.it)

**ALPHACAN**  
PROFILI D'AUTORE



## La misura della soddisfazione

I modelli di gestione per la qualità ISO 9000 - Vision 2000 chiedono, fra le molte cose, di determinare la **soddisfazione del cliente** e di stabilire i metodi per ottenere e utilizzare le informazioni che questo può trasmettere.

In sostanza bisogna rendere il *sistema di gestione per la qualità* uno strumento per soddisfare i requisiti del cliente e valutarne i risultati.

La nuova Vision 2000 può fornire consapevolezza e visione strategica ad una organizzazione e indicare opportunità di miglioramento dei propri prodotti, servizi o processi.

Ma perché è importante conoscere il livello di soddisfazione dei clienti?

La crescente attenzione delle imprese alla rilevazione della "customer satisfaction" è anche attribuibile ad altri importanti motivi.

- In primo luogo le aziende hanno la necessità di capire su quali elementi della loro offerta (prodotto e servizio) debbano fare leva per sviluppare e mantenere un vantaggio competitivo sostenibile sui propri concorrenti. Ciò è possibile soltanto attraverso un ascolto sempre più attento della "voce del cliente", che è la fonte più diretta di suggerimenti e indicazioni.

- In secondo luogo, esiste una motivazione di tipo economico che suggerisce di salvaguardare la risorsa rappresentata dalla clientela aziendale. Si tratta del danno derivante dalla perdita di un cliente acquisito, che è assai più rilevante della semplice perdita di fatturato (si calcola che i costi di ricerca e acquisizione di un nuovo cliente siano in media cinque volte maggiori rispetto al costo di un cliente acquisito e fedele). Sostituire un cliente perso con uno nuovo comporta infatti l'effettuazione di investimenti promozionali che spesso non offrono alcuna garanzia di successo.

Per le aziende risulta molto più vantaggioso investire in "fedeltà", creando perciò le condizioni per un rapporto duraturo con il cliente.

La misurazione costante della soddisfazione permetterà di verificare la distanza tra attese e valore percepito del prodotto/servizio e di raccogliere informazioni su eventuali nuovi bisogni ed aspettative. Nella rubrica **Qualità e Ambiente** un articolo è dedicato a questo argomento con i dati rilevati dall'indagine recentemente effettuata presso la clientela Alphacan.

Nota importante: fondamentale è che, anche se il dato evidenziato dall'indagine risulta positivo, ci si attivi per migliorare sempre. La ricerca dell'eccellenza deve essere filosofia di fondo per una società che vuole essere competitiva e vincente oggi sul mercato.

*Per ulteriori approfondimenti della materia normativa riguardante la ISO 9000-Vision 2000, o per porre quesiti e richieste specifiche è possibile rivolgersi al seguente indirizzo:*  
info@alphacan.it