



## Organizzazione

# Azienda Trasporti Funicolari Malcesine Monte Baldo

C.so Porta Nuova, 96 – 37122 Verona (VR)

Tel. +39 0457400206

Web : [www.funiviedelbaldo.it](http://www.funiviedelbaldo.it)

E-Mail : [info@funiviedelbaldo.it](mailto:info@funiviedelbaldo.it)

## Procedura Gestionale di Sistema 231

ai sensi del D.Lgs.n.231 del 8 giugno 2001 e s.m.i.

Master

✓

Copia controllata

✓

Copia non controllata

✗

Numero della copia

01

Emissione CdA

Data 16/01/2026

Delibera n. 1/1

Approvazione CdA

Data 16/01/2026

Delibera n. 1/1

### Stato delle revisioni

Versione	Data	Descrizione	Autore
00	28.10.2024	Prima emissione	Avv. Riccardo Berti

**Indice generale della sezione****Procedura di Gestione del Sistema 231**

<b>1</b>	Scopo
<b>2</b>	Le fasi
<b>3</b>	Le attività operative
<b>4</b>	I responsabili
<b>5</b>	Modalità operative
<b>6</b>	Documentazione



## 1 Lo scopo

Lo scopo del processo è il seguente:

Generare i ricavi per il conseguimento dell'utile dell'organizzazione, attraverso la vendita dei servizi di trasporto nonché dei prodotti (alimentari, gadget ed accessori) che soddisfano le richieste del mercato e dei clienti.

## 2 Le fasi

Le fasi in cui è suddiviso il processo sono:

1. Analizzare il mercato
2. Sviluppare la comunicazione
3. Gestire gli aspetti contrattuali

## 3 Le attività operative

Le attività operative eseguite nel processo sono:

1. Identificare le esigenze espresse dal mercato
2. Identificare i potenziali clienti
3. Determinare il segmento di riferimento
4. Determinare il budget dei ricavi delle vendite
5. Redigere il piano dei contatti commerciali
6. Preparare la presentazione del prodotto servizio
7. Organizzare la rete commerciale per lo sviluppo dei contatti previsti dal piano
8. Sviluppare la comunicazione del prodotto-servizio presso i potenziali clienti
9. Registrare nel sistema informativo aziendale tutte le relazioni intrattenute con i potenziali clienti
10. Registrare nel sistema informativo aziendale le richieste di offerta dei clienti
11. Determinare i requisiti della clientela
12. Riesaminare i requisiti della clientela
13. Stipulare il contratto



#### 4 I responsabili

La responsabilità del processo è attribuita a: Responsabile Commerciale

Le persone che sono coinvolte nelle attività operative del processo sono:

- Responsabile Commerciale (RdF Commerciale)
- Preposto Biglietteria / Preposto Ristorazione e attività alimentari / Preposto Biglietteria Prada (Op commerciale)



**5 Modalità operative**

**SCOPO**  
 Generare i ricavi per il conseguimento dell'utile dell'organizzazione, attraverso la vendita dei prodotti e dei servizi che soddisfano le richieste del mercato e dei clienti

FASI	ATTIVITA' OPERATIVE	RESPONSABILE
Analizzare il mercato	<b>Identificare le esigenze espresse dal mercato</b>  Elencare le caratteristiche che deve possedere il servizio che sono richieste dai potenziali clienti. Tali caratteristiche forniranno gli input per la progettazione di servizi in linea con le esigenze del mercato	RDF Commerciale
	<b>Identificare i potenziali clienti</b>  Stabilire le caratteristiche che distinguono coloro che sono interessati al mercato e segmentare i potenziali clienti in relazione a queste caratteristiche per riconoscere segmenti differenti per regione geografica, fascia di reddito, età, ecc.	RDF Commerciale
	<b>Determinare il segmento di riferimento</b>  Analizzare i segmenti di mercato e, tra quelli possibili, scegliere quello più conveniente per le scelte aziendali di vendita. Il segmento scelto diventerà il target di riferimento al quale offrire servizi. Creare un database identificando i potenziali clienti con le informazioni anagrafiche	RDF Commerciale
	<b>Determinare il budget dei ricavi delle vendite</b>  In relazione alla numerosità del target di mercato stabilire un budget con le previsioni dei ricavi basato su periodi mensili e su n° di biglietti venduti e prezzo medio del prodotto	Amministrazione / Direzione
	<b>Redigere il piano dei contatti commerciali</b>  Redigere il piano dei contatti commerciali elencando i potenziali clienti verso i quali attuare la comunicazione del marketing che deve trasformare i potenziali clienti in clienti veri e propri che effettuano l'acquisto. Deve essere pianificato il risultato in termini di unità di servizi venduti conforme a quanto è stato determinato in fase di budget	RDF Commerciale
	<b>Preparare la presentazione del servizio</b>	RDF Commerciale



Sviluppare la comunicazione	<p>Date le caratteristiche del target di potenziali clienti, con le loro esigenze e i servizi che dovranno soddisfarle, ciascun servizio deve essere dotato di una presentazione che lo identifica e illustra come esso può oggettivamente soddisfare le aspettative del cliente</p>	
	<p><b>Sviluppare la comunicazione del servizio presso i potenziali clienti</b></p> <p>Le persone incaricate del ruolo commerciale provvedono a sviluppare i contatti attraverso la presentazione dell'organizzazione e del servizio. Lo sviluppo delle relazioni con i potenziali clienti deve trasformare i contatti in contratti e cioè vendite</p>	Op Commerciale
	<p><b>Registrare nel sistema informativo aziendale tutte le relazioni intrattenute con i potenziali clienti</b></p> <p>Tutte le interazioni intrattenute con i potenziali clienti e con i clienti devono essere registrate e monitorate, affinché tali rapporti risultino identificabili e rintracciabili e ciascuna relazione possa essere gestita e finalizzata alla vendita del servizio</p>	Op Commerciale
Gestire gli aspetti contrattuali	<p><b>Definire il contratto</b></p> <p>L'organizzazione provvede ad assicurarsi che ai clienti sia sottoposto apposito contratto, su modello approvato dalla Direzione, con conseguente sottoscrizione cartacea, sottoscrizione elettronica, ovvero riferimento inserito sul biglietto emesso</p>	RDF Commerciale

## 6 Documentazione

I documenti a supporto delle registrazioni di tale processo sono i seguenti:

- Budget dei ricavi e delle vendite
- Piano dei contatti commerciali
- Database gestione clienti
- Contratto di vendita servizi trasporto