

University of Pisa

MSc in Computer Engineering

Systems for Strategic Management and Support

LECTURE 15

<http://www.iet.unipi.it/m.cimino/ssms/>

Mario G.C.A. Cimino

Department of Information Engineering

GROUP PROJECTS: ESTABLISHING A COMMON STRATEGY

○ Outcome of the brainstorming:

00 CI SONO 3 WORKFLOW: SCELTA, COLLABORAZIONE, FEEDBACK

WF SCELTA:

00 (note: supporto iniziale quando non abbiamo dati)

01 UNA AZIENDA SI PROFILA CON MACRO ISSUE: PRODOTTI, SEMILAVORATI, ATTIVITA' O LAVORAZIONI

02 IL TIPO DI PRODOTTI CHE PUO' PROPORRE IL CLIENTE E' FISSATO, MA IL CLIENTE PUO' INSERIRE TRA LE ALTRE ISSUE ALCUNE CHE NON ESISTONO. A QUEL PUNTO IL SISTEMA MANDA UN MESSAGGIO A "TUTTI".

(MODELLARE PROFILAZIONE BASATA SUI FEEDBACK TIPO LINKEDIN)

WF COLLABORAZIONE:

02 CLIENTE/AZIENDA CHIEDE UNA ISSUE CON CARATTERISTICHE DANDO UN PESO 1-5 AD OGNI CARATTERISTICA:

- ADEGUATEZZA PREZZO*
- AFFIDABILITA' DI PRODOTTO*
- LIVELLO DI CUSTOMIZZAZIONE*
- RISPETTO TEMPI DI CONSEGNA*
- LIVELLO DI ASSISTENZA*
- COMUNICAZIONE*

...

GROUP PROJECTS: ESTABLISHING A COMMON STRATEGY

...

03 TALI CARATTERISTICHE VENGONO PRECEDENTEMENTE VALUTATE IN MODO COLLETTIVO TRAMITE FEEDBACK UTENTI E AZIENDE. UN'AZIENDA NON SI PUO' AUTO VALUTARE

04 OGNI ACQUIRENTE (CLIENTE O AZIENDA) A SUA VOLTA VIENE VALUTATO (1-5) DAL VENDITORE CON LE SEGUENTI CARATTERISTICHE:

- RISPETTO DEI TERMINI DI PAGAMENTO
- CAMBIAMENTI IN CORSO D'OPERA
- COMUNICAZIONE

05 IL SISTEMA FORNISCE LE PRIME 5 AZIENDE, ORDINANDO TRAMITE LA SOMMA PESATA DELLE VALUTAZIONI.

06 IL CLIENTE SCEGLIE L'AZIENDA VENDITRICE. UNA STESSA AZIENDA PUO' ESSERE VENDITRICE E ANCHE PRODUTTRICE DI ALTRI ARTICOLI. TUTTAVIA L'AZIENDA SCELTA DAL CLIENTE DEVE COMUNQUE INTERROGARE LA PIATTAFORMA PER TUTTE LE FASI DEL PRODOTTO.

07 L'AZIENDA VENDITRICE ITERATIVAMENTE ESEGUE QUINDI LE INTERROGAZIONI AL PROPRIO LIVELLO DI PRODUZIONE PONENDO PROPRI PESI, SCEGLIENDO LE AZIENDE

(FINE WORKFLOW PRIMARIO, CHE STABILISCE LA RETE DI COLLABORAZIONI PER UN DATO ARTICOLO, SUPPORTATA DALLA PIATTAFORMA)

WF FEEDBACK

METRICHE:

01 LE METRICHE ANDRANNO VALUTATE CON UNA OPPORTUNA MATEMATICA CHE FILTRI LE ANORMALITA

GROUP PROJECTS: ESTABLISHING A COMMON STRATEGY

...

02 FEEDBACK: VOTO SINGOLO, RATING: AGGREGAZIONE DEI FEEDBACK CON MODO 01

MALUS: CHE SERVE A RISOLLEVARE CHI NON LAVORA

03 M1:

SODDISFAZIONE NELLA COLLABORAZIONE: MOLTI FEEDBACK

POSITIVI INDICANO CHE LE COLLABORAZIONI VANNO BENE

M2:

CRESCITA GENERALE

M3:

EQUITA

M4:

EFFICIENZA NEL TROVARE LE GIUSTE COLLABORAZIONI PROPOSTE DI COLLABORAZIONE RIFIUTATE RISPETTO AL TOT

(DISTINTO TRA CLIENTE O AZIENDA, PER VALUTARE COME IL CONSORZIO SODDISFA I CONSUMATORI)

M5:

NUMERO CLIENTI-AZIENDE NUOVI NELL'ARCO STAGIONALE

M6:

NUMERO DI INNOVAZIONIDI PRODOTTO (CAMBIO DI COMBINAZIONI O NUOVE ISSUE)

05 METRICHE DI PROCESSO? RISULTATI DI PROCESSO? CAPACITA' PRODUTTIVA?