



03

VISIONARY SALON

Saloni e punti vendita sono oggi luoghi da visitare e frequentare, ma dove non ci si identifica più come in passato in quanto vanno sentiti e vissuti attraverso una globale esperienza di benessere. Eventi, allestimenti e cambiamenti sono continui per trasformare il salone in un punto d'incontro, dove c'è sempre una novità da condividere.

In quest'ottica la formula di azienda rete proposta da Mowan si concentra sul concetto estetico di "tabula rasa": massimo spazio al gesto del fruitore piuttosto che alla logica del design, che viene letta solo come una scelta di stile.

Concept, Design and Photo: HUB - wearehub.it

mowan®

Via Monte Taccaro, 55 - 84012 - Angri (SA) Italy - www.mowan.it



mowan®



Il collegamento tra salone e clienti si arricchisce anche tramite il web per un feedback continuo. Il nostro concetto di “tabula rasa” sarà ripreso anche nell’aspetto organizzativo e nello sviluppo della rete Visionary Salon, prevedendo:

- l’attivazione di una rete di saloni capace di evolversi in modo efficace con le richieste del mercato grazie al continuo adeguarsi e compenetrarsi tra attori del sistema;
- l’imprenditore che riesce a esprimere ottime performance tecniche e stilistiche parteciperà a formare gli stilisti dei saloni della rete;
- la rete dei saloni verrà sostenuta dalla figura del consulente, che sarà funzionale all’imprenditore nel raggiungimento delle performance;
- la produzione industriale, l’erogazione dei servizi e l’innovazione dei saloni sarà stimolata da una rete online per sostenere l’incontro tra clienti e attori della rete.

I BENEFICI DELLA RETE VISIONARY SALON

- Sistema gestionale per aiutare l’imprenditore a gestire la propria azienda e le proprie risorse;
- attività di consulenza dedicata con frequenza mensile in salone a fianco

dell’imprenditore per valorizzarne il potenziale economico;

- materiali di comunicazione in store;
- accademia di formazione sempre a disposizione per definire percorsi di sviluppo dei propri stilisti;
- sistema Visionary Salon con definizione degli aspetti strutturali e organizzativi;
- prodotti ideati per essere funzionali alle performance nell’erogazione dei servizi in un’ottica di garanzia di qualità a “quoziente frivolo zero” (no frills choice).

GIORNATE DI FORMAZIONE

- 6 giornate legate alla collezione, con approfondimenti stilistici e tecnici utili per alimentare la capacità di distinguersi dalla concorrenza e avere un’offerta sempre al passo con le aspettative di bellezza della clientela;
- 3 giornate dedicate alla formazione relazionale e gestionale per sostenere e valorizzare le capacità tecniche.

PROGRAMMA

1 – Check-up aziendale

- Area:
- Economico finanziaria
 - Mercato
 - Processi interni
 - Risorse umane

2 – Strategy for value

- Mission, valori, principi e vision
- Analisi strategica
- Formulazione della strategia

3 – Mappa strategica del sistema di controllo

- Realizzazione della mappa strategica
- Impostazione del sistema di controllo bilanciato

4 – Costruzione della mappa di salone

- Il sistema salone:
- Financial
 - Customer
 - Internal process
 - Learning

5 – Avvio dei progetti pilota

- Check-up della rete Nord, Centro, Sud
- Allineamento della rete saloni agli obiettivi aziendali prefissati e ottimizzazione delle performance

