

INDICE

PREFAZIONE	1
<i>Cristiano Ciappei</i>	
INTRODUZIONE	
<i>Massimiliano Pellegrini</i>	5
CAPITOLO PRIMO	
IL FACILITY MANAGEMENT	9
<i>Fabiana Pala e Paola Pristerà</i>	
1. <i>La disciplina del Facility Management</i>	10
2. <i>La nascita del Facility Management</i>	12
3. <i>Il Facility Manager</i>	16
4. <i>Il Facility Department</i>	18
5. <i>L'area di applicazione della disciplina</i>	20
6. <i>Le facilities aziendali</i>	22
6.1 I servizi di governo	22
6.2 Servizi all'edificio	25
6.3 Gestione degli spazi	28
6.4 Igiene ambientale	34
6.5 Gestione documentale	36
<i>Bibliografia</i>	45
CAPITOLO SECONDO	
IL FACILITY MANAGEMENT NELLA TEORIA DEI SERVIZI	47
<i>Cristiano Ciappei</i>	
1. <i>L'estensione e la profondità della definizione di servizio</i>	47
1.1 L'hic et nunc del servizio	47

1.2 Le impostazioni dottrinali sulla definizione di servizio	48
1.3 Dalla denotazione nella residualità categoriale del servizio alla connotazione di utilità comunque acquisite dal cliente	50
2. <i>La gestione dei servizi</i>	52
2.1 Il modello Normann	52
2.2 Il modello Eigler-Langeard	54
2.3 Il modello Gronroos	56
3. <i>Un modello ricostruttivo di gestione dei servizi</i>	60
3.1 L'emersione del desiderio e la specificazione delle risorse nell'erogazione del servizio	60
<i>Bibliografia</i>	70
CAPITOLO TERZO	
DESIGN DEI SERVIZI E FACILITY MANAGEMENT	73
<i>Maria Cinque</i>	
1. <i>Elementi di design dei servizi</i>	73
2. <i>Le tecniche di interaction design applicate ai servizi</i>	75
3. <i>Una nuova forma di prosumption: Enterprise 2.0</i>	82
<i>Bibliografia</i>	86
CAPITOLO QUARTO	
DAL SERVIZIO ALL'ESPERIENZA NEL FACILITY MANAGEMENT	89
<i>Massimiliano Pellegrini</i>	
1. <i>L'ultima frontiera della competizione: l'esperienza</i>	90
1.1 Evoluzione del contesto socio-economico	90
1.2 Experience critical path: dal servizio all'esperienza	94
2. <i>La gestione del "servizio esperienziale"</i>	97
2.1 La metafora delle Performing Art	97
2.2 La metafora musicale nel management dei servizi	108
3. <i>Facility Management ed esperienza in un connubio possibile</i>	114
3.1 Classificazione dell'esperienza di Facility	114
3.2 Il personaggio fondamentale: la madre	125
<i>Bibliografia</i>	133

Indice

CAPITOLO QUINTO APPROVVIGIONAMENTI SISTEMICI E PERFORMANCE OPERATIVE. DALL'ACQUISTO ALLA GESTIONE INTEGRATA DELL'APPROVVIGIONAMENTO DELLE FACILITY AZIENDALI <i>Paola Paniccia</i>	137
1. <i>Introduzione</i>	137
2. <i>Complessità ambientale, evoluzione delle funzioni e pluralismo delle formule di approvvigionamento</i>	140
3. <i>L'approvvigionamento come funzione sistemica dell'impresa</i>	143
3.1 <i>Le componenti della funzione approvvigionamento: processi, flussi, risorse, compiti e obiettivi</i>	148
3.2 <i>L'e-Procurement</i>	156
4. <i>Il "procurement mix" e "l'e-procurement mix"</i>	159
4.1 <i>La politica del prodotto</i>	161
4.2 <i>La politica delle fonti di provvista</i>	162
4.3 <i>La politica del prezzo</i>	163
4.4 <i>La politica della comunicazione</i>	165
5. <i>Approvvigionamento e performance operative</i>	165
5.1 <i>Una visione oggettiva elementare del processo operativo aziendale</i>	169
5.2 <i>Il contributo potenziale della funzione approvvigionamento alla produzione di ricchezza aziendale</i>	172
<i>Bibliografia</i>	173
CAPITOLO SESTO SEDUZIONE, FRUIZIONE, SODDISFAZIONE; I MOMENTI DELLA RELAZIONE CON IL CLIENTE NEL FACILITY MANAGEMENT <i>Cristiano Ciappei</i>	177
1. <i>La customer satisfaction</i>	177
2. <i>I tre momenti della customer satisfaction: seduzione, fruizione, soddisfazione</i>	180
3. <i>La seduzione del cliente</i>	181
3.1 <i>La psicologia della seduzione</i>	181
3.2 <i>Il legame oggettuale</i>	183
3.3 <i>Le tecniche della seduzione</i>	186
4. <i>La fruizione del servizio</i>	187

4.1 Le fruizioni alimentari tra estetica, mode e tradizioni	188
5. <i>La fase della soddisfazione e della fiducia</i>	194
6. <i>La fidelizzazione del cliente</i>	196
6.1 La fedeltà comportamentale	198
6.2 La fedeltà mentale	200
6.3 La lealtà	202
<i>Bibliografia</i>	205
CAPITOLO SETTIMO	
METODOLOGIE E DETERMINAZIONI QUANTITATIVE	
DELLA CUSTOMER SATISFACTION	209
<i>Cristiano Ciappei e Massimiliano Pellegrini</i>	
1. <i>La misurazione sistematica della soddisfazione</i>	209
2. <i>Un primo tentativo ricostruttivo a quattro gap del prodotto-servizio</i>	213
3. <i>Un modello a otto gap nella soddisfazione del cliente</i>	221
3.1 Il gap di sintonia	222
3.2 Il gap di valore	225
3.3 Il gap di percezione	228
3.4 Il gap di allineamento	232
3.5 Il gap di progettazione e di realizzazione	234
3.6 Il gap di coinvolgimento	236
3.7 Il gap di consonanza	237
<i>Bibliografia</i>	240
CAPITOLO OTTAVO	
LA CONTABILITÀ DIREZIONALE NEL FACILITY MANAGEMENT	243
<i>Giovanni Liberatore</i>	
1. <i>La creazione del valore nelle imprese ricettive</i>	243
2. <i>L'analisi di redditività per segmenti di clientela</i>	247
3. <i>Le nuove prospettive della contabilità direzionale</i>	252
4. <i>La comparazione dei costi nello spazio</i>	259
5. <i>Il sistema uniforme dei costi per le imprese ricettive</i>	267
6. <i>I report analitici dei centri di responsabilità: camere, ristorazione e direzione marketing</i>	281

Indice

<i>7. I report consolidati e l'analisi degli scostamenti</i>	297
<i>8. L'activity-based costing</i>	302
<i>Bibliografia</i>	317
CAPITOLO NONO	
APPLICAZIONI IN ALCUNI SETTORI OPERATIVI	321
<i>Massimiliano Pellegrini</i>	
<i>1. La sanità</i>	321
1.1 Il Contesto di riferimento dopo la riforma sanitaria	321
1.2 Riscontri attuativi	326
1.3 Sviluppi evolutivi ed esperienziali per la disciplina nel contesto sanitario	331
1.4 Piattaforme gestionali ed esperienziali per i servizi sanitari	337
1.5 Proposta per sviluppi del pacchetto integrato dei servizi socio-sanitari in contesti di eccellenza	350
<i>2. Istruzione</i>	353
2.1 Il sistema universitario e i suoi approcci rispetto alla disciplina del facility management	354
2.2 Gestione di un campus universitario	356
<i>Bibliografia</i>	368