**Vendita prodotto**: il cliente prende appuntamento con il delegato dell’azienda tramite telefonata, email oppure di persona. Il cliente comunica la tipologia di prodotto da utilizzare per la stampa, fornendo egli stesso la grafica da apporre e la modalità di consegna della merce. L’azienda presenta il preventivo, tenendo conto dell’eventuale urgenza richiesta (un cliente può richiedere di essere servito con priorità). Se il cliente accetta, l’ordine viene inserito nel registro apposito. In base alle richieste dell’ordine e alle giacenze di magazzino, vengono contattati i fornitori per comprare i materiali necessari. Tale operazione è solitamente effettuata dalla dirigente. Non appena i materiali giungono in azienda, l’ordine viene processato. Al termine della realizzazione il prodotto viene consegnato secondo le modalità concordate.

**Servizio stampa**: il cliente prende appuntamento con il delegato dell’azienda tramite telefonata, email oppure di persona. Il cliente comunica la tipologia di prodotto su cui applicare la stampa, fornisce tale prodotto, fornisce la relativa grafica e indica la modalità di consegna voluta. Un dipendente dell’azienda valuta la fattibilità del servizio, dato che in tal caso è il cliente a portare il prodotto su cui lavorare. In caso di esito positivo, l’azienda presenta il preventivo, tenendo conto dell’eventuale urgenza richiesta (un cliente può richiedere di essere servito con priorità). Se il cliente accetta, l’ordine viene inserito nel registro apposito. Il cliente recapita la merce in azienda. L’ordine sarà evaso non appena verrà il suo turno. Al termine della realizzazione il prodotto viene consegnato secondo le modalità concordate.

**Rifornimento merci:** tale processo è avviato dal dirigente, che è anche il responsabile della logistica in ingresso. Tale processo comprende l’acquisto di: materie prime (come vernici, coloranti, rotoli di per adesivi, altro), prodotti già richiesti in un ordine su cui effettuare delle stampe e prodotti da stackare. Infatti si è notato che in determinati periodi dell’anno vi è una crescita nella richiesta di certi tipi di prodotti. Un esempio è l’acquisto preventivo di magliette in estate oppure calendari nel periodo natalizio, dato che vi è infatti un aumento nelle richieste. Questo è fatto per velocizzare alcune evasioni.

**Rappresentanza:** il responsabile del settore marketing periodicamente contatta sia potenziali clienti che quelli già acquisiti, tramite visita di persona, email oppure telefono. In tali occasioni viene presentato sia il catalogo dei possibili servizi dall’azienda, sia eventuali offerte basate sul grado di fedeltà del cliente. Il contatto può, dunque, terminare con un nuovo ordine o un ulteriore appuntamento.