



“LA COMUNITÀ DELLA CONOSCENZA”

Cos' è

Dove si impara a fare impresa?

Come conoscere e approfondire sul campo le pratiche adottate dalle imprese vincenti per adattarle alla propria azienda?

Dove incontrare le eccellenze della ricerca e dell'Università raccontate in modo concreto, pensato per una piccola impresa?

La chiave vincente per consentire il trasferimento e l'innovazione nasce dallo **scambio di esperienze**, dalla vicinanza e dalla volontà di crescere insieme.

La **Comunità della conoscenza** rappresenta questo spazio comune che ha la finalità di **aiutare il sistema a vincere nel suo insieme**.

Ogni Distretto Produttivo potrebbe offrire alle imprese l'opportunità di rendere possibile il **trasferimento delle conoscenze** attraverso l'organizzazione di **iniziative di animazione della “comunità”**, dove esperti della ricerca e dell'imprenditoria si confrontano facendo leva sui casi di successo e sulle avanguardie presenti in entrambi i mondi, in grado di fungere da **esempio, da punto di riferimento** e da traino nei confronti di chi ancora non si sia messo in gioco in collaborazioni analoghe.

I VANTAGGI

Il valore della **Comunità della Conoscenza** risiede nel **mettere in circuito e adattare alla propria realtà organizzativa le buone prassi**. La strada verso il miglioramento, verso un livello di qualità riconosciuto ovunque, non è facile. Ma, passo dopo passo, qualsiasi impresa può raggiungerlo. E qual è il modo migliore di reagire alle eventuali critiche nei confronti del vostro nuovo approccio, se non quello di poter dire: **“io ho visto, nella pratica, che questo metodo funziona davvero”**.

Se l'impresa accetta lo scambio di conoscenza all'interno della propria organizzazione e verso l'esterno, accetta necessariamente anche l'idea che altre pratiche, derivate da altri contesti, possano essere non solo migliori delle proprie, ma anche in principio trasferibili.

Le iniziative promosse da ogni singolo Distretto consentono di **“toccare con mano” gli approcci adottati da altri** e permettono di capire perché si è lavorato in un determinato modo e individuare il metodo d'approccio più adatto alla propria situazione concreta.

I RISULTATI

Il risultato di maggior rilievo deriva dall'**apprendimento attraverso il confronto diretto e lo scambio di esperienze** per rinnovare continuamente le proprie idee.

La possibilità di vedere direttamente le più moderne tecniche e tecnologie di gestione aziendale in azione, anziché nella teoria, costituisce un enorme vantaggio, poiché l'**“Apprendere facendo”** è senza dubbio la metodologia migliore ed eviterà di dover ripartire da zero.



INTERVENTI DI ANIMAZIONE ECONOMICA PER CREARE “LA COMUNITÀ DELLA CONOSCENZA”

I VENERDÌ DELLA RICERCA

CHE COSA SONO

“I Venerdì della ricerca” sono un’iniziativa finalizzata a far incontrare e dialogare, in un’atmosfera rilassata e informale, ricercatori e imprenditori, sulle modalità e le opportunità di **collaborazione tra sistema della ricerca pubblico e impresa**.

In Veneto, oltre alle celebri Università, sono presenti anche importanti Istituti di Ricerca.

Tutto ciò rappresenta un prezioso patrimonio troppo spesso scarsamente sfruttato ed applicato nei contesti aziendali.

È pertanto fondamentale conoscere le opportunità che possono scaturire per le imprese dal contatto e dalla collaborazione con tali strutture. L’iniziativa “**I Venerdì della Ricerca**” **si inserisce in questo contesto, promuovendo l’incontro tra il mondo della ricerca e l’impresa.**

I VANTAGGI

Partecipare all’iniziativa de “**I Venerdì della Ricerca**”, è una grande opportunità poiché è possibile incontrare e confrontarsi con importanti rappresentanti del mondo imprenditoriale, della ricerca e del mondo accademico. Inoltre la presenza di preziose testimonianze offre l’opportunità di conoscere alcune delle **competenze di ricerca presenti nella nostra regione** e, dall’altra, di **apprendere alcune delle molteplici modalità** attraverso cui le imprese, anche di piccola e media dimensione, possono **collaborare con gruppi di ricerca**. Il tema della collaborazione tra Ricerca e Impresa viene affrontato da diverse prospettive, delineato nei suoi aspetti più caratteristici e declinato su specifiche tematiche diverse per ciascun appuntamento, al fine di **stimolare il confronto e il dialogo, conoscere le competenze e imparare dalle esperienze più innovative.**

I RISULTATI

Lo scambio delle esperienze, avvalendosi dei punti di vista di entrambi i fronti, **si alimenta di continui stimoli arricchendosi. Le opinioni generano un circolo virtuoso che mette in continua discussione i punti di vista e guida verso la ricerca di soluzioni ai problemi.**

Le iniziative vengono così studiate direttamente sulle esigenze più rilevanti delle imprese e costruite facendo leva sui **casi di successo** e sulle avanguardie presenti in entrambi i mondi, in grado di **fungere da esempio, da punto di riferimento e da traino nei confronti di chi ancora non si è messo in gioco in collaborazioni analoghe.**

L’identificazione di obiettivi comuni porta al conseguimento di risultati diversi ma di grande utilità per entrambi i fronti.



IL TIME MANAGER

CHI È

Il Time Manager è una figura strategica per supportare le PMI interessate al **trasferimento tecnologico** e allo sviluppo del proprio potenziale mediante l’adozione e l’**implementazione di pratiche organizzative e manageriali.**

Protagonisti di questa sfida sono i **laureati, i dottori di ricerca e i possessori di titoli di formazione post-laurea**, interessati a trasferire competenze nel sistema e a sviluppare progetti di innovazione organizzativa e manageriale a favore delle PMI, attraverso la collaborazione con Università o Centri di Ricerca.

I VANTAGGI

La gestione del cambiamento e dell’innovazione organizzativa richiedono l’evoluzione delle modalità organizzative e gestionali delle PMI, attraverso l’introduzione di pratiche manageriali avanzate, proprio per sfruttare appieno il potenziale tecnologico.

Un approccio di questo tipo può essere adottato mediante l’utilizzo del Temporary Manager il quale si occuperà di **assistere l’imprenditore e formare i suoi collaboratori**, e, nel contempo, **dotarli di un’adeguata strumentazione a supporto delle nuove competenze acquisite.**

Si potrebbe istituire una sezione della Comunità della Conoscenza dedicata ai **Temporary Manager** per fornirgli la continua attività di formazione necessaria per trasferire le competenze alle PMI, attraverso l’**organizzazione di seminari, incontri tematici, interventi di formazione e con l’offerta di opportunità di lavoro.**

I RISULTATI

Ogni Distretto produttivo potrebbe offrire interessanti **opportunità lavorative**, ad alto livello di professionalità, ai giovani interessati a diventare Time Manager, poiché offre la possibilità ai giovani di **inserirsi in una realtà aziendale** attraverso l’implementazione di un progetto rispondente alle proprie competenze professionali e di **maturare sul campo abilità ed esperienza manageriali.**

Inoltre la presenza della *Comunità* dei Time Manager permette il confronto con esperti nel settore e di **apprendere nuove competenze professionali** da utilizzare per future collaborazioni.



INCONTRO PMI-UNIVERSITÀ E PROMOZIONE DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE

CHE COSA SONO

È sicuramente necessario pensare ad una collaborazione strutturata con alcuni Centri di Ricerca delle Università, al fine di orientare alla diffusione della cultura dell'innovazione e della ricerca fra le piccole e medie imprese.

In particolare il piano di lavoro mira ad avvicinare le necessità di innovazione avanzate dalle PMI agli studi condotti dai gruppi di ricercatori che collaborano con alcune Università Venete. Il percorso prevede incontri ad hoc su brevetti e risultati specifici della ricerca alternati a seminari su tematiche di più ampio respiro.

I VANTAGGI

L'obiettivo del progetto è non soltanto promuovere e discutere del valore dell'innovazione e del cambiamento in tutte le sue declinazioni, ma soprattutto creare occasioni di sperimentazione del rapporto teoria-pratica per conoscere, sviluppare idee e renderle progetti.

Gli imprenditori interessati all'innovazione di prodotto e di processo possono trovare all'interno dell'Università gli interlocutori adatti per **attuare progetti comuni di ricerca e sviluppo industriale**.

I RISULTATI

Attraverso il coinvolgimento delle imprese al progetto è possibile ottenere il sostegno da parte dell'Università attraverso l'accesso a:

- Competenze di professori e ricercatori universitari
- Strumentazione tecnica di laboratori
- Proprietà intellettuale

Le imprese interessate possono avanzare richieste di approfondimento su aree specifiche di intervento, oppure visualizzare le schede qui di seguito divise per tematica.

VIAGGIO NELLE IMPRESE ECCELLENTI

Cos'è

È un servizio che offre l'opportunità agli **imprenditori ed ai responsabili di piccole imprese** di imparare dai migliori, visitando le imprese eccellenti pubblicate nel Repertorio e nella **Vetrina delle Imprese Eccellenti**, al fine di confrontarsi tra di loro e aumentare le proprie performance aziendali.

Il **confronto** diretto tra aziende costituisce un efficace e concreto strumento per la **gestione della conoscenza e per la generazione di apprendimento**, in quanto permette uno **scambio immediato di informazioni tra "addetti ai lavori" su problematiche concrete e specifiche**.

VANTAGGI

L'impresa che accetta lo scambio di conoscenza all'interno della propria organizzazione e verso l'esterno, accetta necessariamente anche l'idea che altre pratiche, derivate da altri contesti, possano essere non solo migliori delle proprie, ma anche in principio trasferibili. Le imprese interessate al confronto diretto con le altre prendono consapevolezza non solo dei propri punti di forza, impe-



gnandosi a valorizzarli, ma anche dei propri limiti, **pianificando azioni di miglioramento mirate**. Il valore dell'iniziativa risiede nella **costruzione di vere e proprie "comunità" di imprese eccellenti**, in cui le **buone prassi** vengono **trasferite, messe in circuito ed adattate alle differenti realtà organizzative**.

METODOLOGIA

Il modello proposto consiste in una fase di preparazione nel corso della quale viene eseguito il corretto **incrocio "domanda - offerta"** tra aziende che desiderano visitare una realtà eccellente, in uno specifico ambito, e le imprese eccellenti in tale ambito disponibili ad essere visitate.

Una volta costituito il gruppo, definita la destinazione e **preparato il processo**, viene condotta la vera e propria **visita presso l'impresa eccellente**.

Durante l'attività viene assegnato un breve compito alle imprese visitanti, utilizzato poi dal consulente come base di partenza per la conduzione, durante il rientro in aula, della discussione sull'esperienza vissuta e sull'applicabilità pratica delle modalità osservate.

RISULTATI

L'attività di **scambio delle buone prassi** attraverso la visita aziendale, consente agli imprenditori di vedere in azione **modalità organizzative di successo**, confrontare metodologie e processi per migliorare le performance, **trasferire ed adattare alle proprie realtà aziendali i modelli maggiormente efficaci**.

AVVICINARSI ALLA RICERCA

COSA SONO

A supporto delle imprese nello sviluppo di progetti innovativi, si realizzano iniziative orientate a creare **occasioni di relazione diretta tra ricerca e impresa**.

In particolare, si offre la possibilità a singoli imprenditori e **manager d'azienda di avvicinarsi a gruppi specifici di ricercatori con cui costruire progetti di collaborazione**.

I VANTAGGI

L'approccio proposto mira ad avvicinare e sviluppare un rapporto di interazione e interscambio tra il mondo della ricerca e quello delle imprese.

Da un lato le **"opportunità offerte nel campo della ricerca"** e, dall'altro, le **"esigenze dell'impresa"** costituiscono il punto di partenza fondamentale per procedere nello sviluppo di **potenziali collaborazioni**, favorendo non solo la crescita competitiva dell'azienda, ma anche la **valorizzazione delle competenze distribuite sul territorio**.

La metodologia utilizzata prevede un **matching preliminare all'organizzazione degli incontri**, realizzato in modo mirato, che prevede la conoscenza approfondita sia delle esigenze delle imprese, sia delle opportunità e delle competenze presenti sul versante della ricerca, a disposizione per l'avvio di progetti di **collaborazione e innovazione e sviluppo**.



I RISULTATI

Gli imprenditori ottengono la pianificazione di incontri con gruppi di ricercatori e tutto il supporto organizzativo da parte dei Distretti, che li accompagnano sia nel corso del primo appuntamento conoscitivo, sia durante i contatti successivi, al fine di garantire la massima correttezza in tutti i passaggi ed a tutti gli stadi della relazione.

Partendo dalla **conoscenza approfondita delle esigenze dell'azienda**, attraverso la pianificazione di **incontri mirati tra l'imprenditore e il ricercatore**, vengono cercate risposte alle problematiche tecnologiche e costruite opportunità di potenziali collaborazioni in ambito scientifico.

VISITE AI LABORATORI E AI CENTRI DI RICERCA

COSA SONO

Questo servizio intende agevolare i processi di apprendimento e di confronto attraverso l'organizzazione di iniziative orientate a far incontrare e a creare **occasioni di relazione diretta tra ricerca e impresa**.

In particolare, si offre la possibilità a **gruppi di imprenditori e manager d'azienda** - accomunati da interessi/esigenze simili - di recarsi direttamente presso i laboratori per dialogare, cercare risposte a problematiche tecnologiche ed aggiornarsi sulle più recenti innovazioni realizzate in ambito scientifico.

I VANTAGGI

Il servizio si avvale dell'uso di diverse metodologie orientate ad animare gruppi eterogenei di interlocutori, attraverso l'utilizzo di tecniche di conduzione finalizzate a **stimolare l'apprendimento attraverso il confronto diretto e lo scambio di informazioni sulle esperienze a maggior valore aggiunto**.

I partecipanti, supportati da consulenti esperti, attraverso tecniche tese a stimolare **l'apprendimento da confronto (learning by interacting) hanno la possibilità di confrontarsi direttamente con i ricercatori e di instaurare rapporti di collaborazione**.

I RISULTATI

I gruppi di imprenditori hanno la possibilità di **conoscere personalmente i ricercatori e di vedere con i propri occhi come le ricerche vengono condotte**. Vengono aggiornati sui più recenti risultati ottenuti in ambito scientifico, verificano la loro applicabilità in ambito produttivo e le potenziali ricadute sui processi, i prodotti e le performance aziendali.

I GRUPPI DI MIGLIORAMENTO

COSA SONO

I tempi che imprenditori e professionisti sono in grado di dedicare alle attività formative ed all'accrescimento delle proprie conoscenze e competenze sono sempre serrati e difficilmente conciliabili con i numerosi impegni e le elevate responsabilità che caratterizzano i loro ruoli.



Questo servizio intende agevolare i **processi di apprendimento** attraverso l'organizzazione di iniziative innovative efficaci e sostenibili in termini di tempi e costi.

I VANTAGGI

In particolare, si propongono a **imprenditori, manager d'azienda e consulenti**, azioni differenziate di intervento per il miglioramento, sviluppate su **metodologie e contenuti innovativi**, problematiche ad alto impatto economico, pragmaticità e attuabilità nell'attività quotidiana, **percorsi di crescita, miglioramento delle prestazioni aziendali**.

Per animare gruppi eterogenei di interlocutori ci si avvale dell'uso di diverse metodologie finalizzate a stimolare **l'apprendimento attraverso il confronto diretto e lo scambio di informazioni** sulle esperienze a maggior valore aggiunto.

I RISULTATI

I gruppi di miglioramento consentono agli imprenditori di intraprendere **percorsi comuni per intervenire sulle criticità rilevate nei processi e nei prodotti aziendali**. L'accompagnamento verso obiettivi condivisi e l'utilizzo di metodologie efficaci e largamente testate sulle PMI permettono di raggiungere risultati concreti e migliorare le performance dell'azienda.

LEARNING COMMUNITY

COS'È

Learning Community è un **percorso formativo** rivolto ai **professional operanti nell'ambito della consulenza e dei servizi alle PMI** che intende fornire strumenti teorici ed operativi per l'analisi aziendale, al fine di **comprenderne le dinamiche di cambiamento, individuarne i bisogni e proporre soluzioni**.

I VANTAGGI

Si compone di **8 workshop dedicati a comprendere l'azienda attraverso i suoi processi principali**, approfondendo modalità di misurazione specifiche di ogni processo e, in parallelo, attività di **Visita Aziendale** e di **Project Work**, per verificare e sperimentare in prima persona gli strumenti metodologici e operativi acquisiti.

A coloro che parteciperanno ai workshop verranno forniti gli **strumenti e le competenze** necessarie per supportare il lavoro di individuazione e misurazione dei punti di eccellenza aziendali, al fine di accompagnare le imprese in un percorso di miglioramento.

I RISULTATI

La partecipazione ai workshop permette ai facilitatori di **realizzare una corretta diagnosi aziendale**, comprendendo anticipatamente le criticità potenzialmente emergenti, al fine sia di definire fabbisogni e priorità di intervento, sia di rendere l'impresa maggiormente consapevole della propria strategia e della propria capacità competitiva.



SERVIZI PER IL MIGLIORAMENTO DELLE PRASSI E DELLE PERFORMANCE AZIENDALI

APPROCCIO AL MERCATO

Conoscenza, presidio ed espansione del mercato sono elementi chiave del successo aziendale, cruciali per ogni tipologia e dimensione di impresa.

I percorsi di supporto, anche attraverso l'inserimento in azienda di temporary export manager, forniscono gli strumenti necessari per cogliere in modo consapevole ed efficace nuove opportunità di business.

OBIETTIVO

Aumentare il fatturato pianificando la crescita sul mercato.

RISULTATI

I percorsi attivabili supportano l'azienda nella pianificazione delle azioni e strategie previste.



Programmi di lavoro:

1) Sviluppare il mercato nazionale

I BISOGNI DEL'AZIENDA

Hai voglia di far crescere la tua azienda?
Sei pronto per vendere i tuoi prodotti su tutto il territorio nazionale?
Ti interessa rendere più efficiente il tuo processo di vendita?
Conosci il potenziale di vendita dei tuoi prodotti/servizi a livello nazionale?
Conosci la percezione che i clienti hanno dei tuoi prodotti/servizi rispetto a quelli dei concorrenti?
Sai chi sono e come operano i tuoi concorrenti?
Sai come cercare e contattare nuovi clienti?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Maggiore efficacia ed efficienza dell'attività commerciale sui mercati esteri (aumento del fatturato e/o riduzione dei costi).
Definizione di un Piano operativo di sviluppo e realizzazione delle azioni previste.

II PERCORSO

- > Analisi iniziale delle caratteristiche dell'azienda e dei suoi mercati
- > Analisi approfondita delle caratteristiche di uno o più segmenti di mercato
- > Analisi dei concorrenti
- > Analisi della percezione da parte dei clienti della qualità offerta dall'azienda
- > Identificazione lista potenziali clienti
- > Redazione del piano operativo e definizione azioni di sviluppo
- > Realizzazione delle attività pianificate e inizio dell'attività commerciale (primo contatto dei nuovi clienti)

2) Sviluppare il mercato internazionale

I BISOGNI DEL'AZIENDA

Sei pronto per esportare i tuoi prodotti all'estero?
Quali sono i mercati geografici esteri più attrattivi per la tua azienda?
Conosci le dinamiche del mercato estero in cui vorresti operare?
Sai chi sono e come operano i concorrenti con cui ti scontrerai all'estero?
Sai come rintracciare i clienti target nel paese che vuoi presidiare?
Esportare o delocalizzare?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Maggiore efficacia ed efficienza dell'attività commerciale sui mercati esteri (aumento del fatturato e/o riduzione dei costi).
Supporto alla partecipazione ed accompagnamento a fiere.

II PERCORSO

- > Analisi iniziale sull'opportunità di sviluppo commerciale all'estero
- > Analisi dell'attrattività dei mercati geografici a maggior potenziale
- > Analisi approfondita del mercato geografico obiettivo, analisi delle modalità di acquisto del cliente obiettivo, analisi dei principali concorrenti, analisi della distribuzione e verifica



- delle fonti informative utilizzate dal cliente
- > Valutazione vincoli allo sviluppo e punti forti aziendali
 - > Redazione del piano operativo e delle azioni di sviluppo
 - > Realizzazione delle attività pianificate

3) Pianificare l'azione commerciale

I BISOGNI DEL'AZIENDA

Il potenziale di mercato è sfruttato pienamente?
Esiste un piano di vendita con obiettivi stabili?
Come vengono definiti obiettivi e azioni commerciali?
Esiste un sistema di monitoraggio delle attività commerciali realizzate oltre che dei risultati di vendita?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Massima efficacia dell'azione della forza vendita con pieno sfruttamento del mercato servito.
Forte motivazione della forza vendita per effetto della sua partecipazione e condivisione nella definizione degli obiettivi di vendita e dell'azione commerciale.
Piani di vendita specifici, realizzabili, monitorabili e in linea con la strategia aziendale.
Reattività dell'azienda nell'intraprendere azioni correttive.

II PERCORSO

- > Definizione obiettivi di vendita
- > Redazione piani di vendita coerenti con obiettivi
- > Presidio attività di vendita
- > Monitoraggio raggiungimento obiettivi

4) Promuovere il marchio

I BISOGNI DEL'AZIENDA

Conosci le problematiche riguardanti l'identità e l'immagine di marchio?
Sai costruire un coerente piano di comunicazione di prodotto e/o servizio?
Sai gestire al tuo interno e/o con consulenti esterni la comunicazione d'impresa?
Sai realizzare una strategia di sell-in e di sell-out?
Conosci le differenze e potenzialità dei differenti media?
Conosci le problematiche legali riguardanti la comunicazione?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Costruire/organizzare/gestire la comunicazione d'impresa e di prodotto con le risorse interne e/o con consulenti esterni.
Progettare una corretta ed equilibrata strategia di comunicazione di prodotto attraverso la creazione di strumenti dedicati alla forza vendita e attraverso un organico piano di comunicazione rivolto al cliente finale.
Internet: problematiche, specificità ed opportunità delle presenze in rete.

II PERCORSO

- > Introduzione all'identità di marchio
- > La comunicazione interna
- > La gestione dei fornitori esterni



- > Gli aspetti contrattuali e legali della comunicazione di prodotto
- > La comunicazione di prodotto e di nuovi prodotti: possibilità, efficacia e costi
- > La comunicazione per i paesi esteri
- > La comunicazione in rete
- > I workshop di confronto-discussione

SVILUPPO DELL'INNOVAZIONE

Proporre nuovi prodotti e servizi al mercato e ai clienti costituisce per l'impresa una sfida obbligata su mercati oggi in continua evoluzione.

Tale scelta deve però essere correlata da puntuali analisi di tecnologie e attese dei clienti per individuare le migliori strategie e i migliori interventi volti alla valorizzazione dell'offerta.

OBIETTIVO

Sostenere la competitività delle innovazioni offerte dall'impresa al fine di una loro migliore ricaduta sul mercato ed un incremento di vendite e profitti.

RISULTATI

I percorsi attivabili supportano l'azienda nell'individuare strategie e interventi volti a rilanciare sia prodotti esistenti che svilupparne e proporre di nuovi.



Programmi di lavoro:

1) Innovare il prodotto

I BISOGNI DELL'AZIENDA

- Non riesci a vendere un tuo prodotto?
- Vuoi rilanciare un tuo prodotto?
- Vuoi migliorare un prodotto per soddisfare meglio i tuoi clienti?
- Vuoi lanciare un prodotto su un nuovo mercato o verso nuovi clienti?
- Devi apportare modifiche alla gamma?
- Hai bisogno di ridurre i costi di produzione di un prodotto?
- Vuoi rendere un tuo prodotto più competitivo rispetto ai concorrenti?
- Vuoi sviluppare un prodotto nuovo in modo che abbia più impatto sul mercato?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

- Rilevare l'atteggiamento del cliente rispetto al prodotto offerta dall'impresa.
- Identificare gli elementi e le funzionalità del prodotto con maggiore impatto sulle attese del cliente.
- Sostenere il margine di competitività rispetto alla concorrenza.
- Definire un completo piano di miglioramento per offrire maggiore qualità al mercato a costi non superiori e sostenere la realizzazione delle azioni previste.
- Raggiungere maggiori vendite e maggiore profittabilità per un prodotto dell'azienda

II PERCORSO

- > Analisi iniziale sulle attese del cliente rispetto al prodotto
- > Identificazione della posizione competitiva del prodotto rispetto alla concorrenza
- > Individuazione delle caratteristiche e delle funzioni chiave del prodotto
- > Identificazione degli obiettivi e delle azioni da interpretare per migliorare l'efficacia del prodotto e l'efficienza nella sua produzione
- > Redazione del piano operativo
- > Realizzazione delle attività pianificate

2) Valorizzare un nuovo prodotto/brevetto

I BISOGNI DELL'AZIENDA

- Le invenzioni aziendali sono coperte da brevetto?
- Quanto è sfruttato in termini economici il portafoglio brevetti dell'azienda?
- Quali sono gli inibitori allo sfruttamento del brevetto?
- Quali sono le prassi di eccellenza?

I RISULTATI PER L'AZIENDA

- Quantificazione del valore economico dell'invenzione rispetto ai costi da sostenere per la brevettazione.
- Individuazione di potenziali partner industriali/finanziari a sostegno del percorso di valorizzazione.
- Individuazione degli ostacoli da superare e prassi da adottare per la piena valorizzazione del capitale intellettuale delle aziende.

II PERCORSO

- > Individuazione del livello attuale di valorizzazione
- > Analisi dei fattori inibitori alla valorizzazione del brevetto



- > Confronto con le prassi di riferimento
- > Individuazione delle modalità di valorizzazione ottimale
- > Redazione di un piano operativo e realizzazione delle attività

3) Innovazione Ecocompatibile

I BISOGNI DELL'AZIENDA

- Come posso far fronte alle problematiche ambientali legate ai prodotti?
- Come faccio a soddisfare le regolamentazioni ambientali ed allo stesso tempo continuare a soddisfare i clienti?
- Posso trasformare le regolamentazioni ambientali in opportunità per la mia impresa?
- Mi serve uno strumento per accompagnare piani di miglioramento ambientale in azienda?
- Come consumare meno risorse, migliorare la produzione di un prodotto e non diminuire la soddisfazione dei clienti?
- Come posso rendere la mia offerta più competitiva e interessante migliorandone l'immagine sociale?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

- Orientare la progettazione di un prodotto al soddisfacimento sia dei bisogni del cliente che dell'ambiente.
- Identificare gli elementi del prodotto con maggior impatto sul cliente e sull'ambiente.
- Gestire meglio le risorse produttive nella progettazione di un prodotto in modo da diminuire i consumi e ottimizzare i costi.
- Affrontare le regolamentazioni come un'opportunità per l'impresa.
- Definire un completo piano di miglioramento ambientale del prodotto offrendo maggior qualità al cliente e maggior rispetto ambientale.

II PERCORSO

- > Identificazione dei bisogni dei clienti e delle categorie ambientali influenzate dal ciclo di vita del prodotto
- > Individuazione dei componenti e delle funzioni chiave del prodotto rispetto alle ricadute ambientali e di mercato
- > Declinazione delle priorità di intervento e delle modalità di modifica dei componenti del prodotto
- > Redazione del piano operativo di miglioramento
- > Realizzazione delle attività pianificate



PRODUZIONE E LOGISTICA

Produzione e logistica sono ormai gli ambiti dove tutte le aziende stanno concentrando gli sforzi di ottimizzazione, poiché è in questi contesti dove si possono più efficacemente trovare le riduzioni di costo necessarie ad aumentare la competitività. Gli interventi in produzione e logistica hanno il vantaggio di essere particolarmente brevi, con immediati e facilmente quantificabili ritorni economici.

OBIETTIVO

Ridurre i costi di produzione e movimentazione dei beni.

RISULTATI

I percorsi attivabili supportano l'azienda in generale nella riduzione dei costi di produzione e logistica.



Programmi di lavoro:

1) Ridurre i costi di produzione

I BISOGNI DELL'AZIENDA

Il margine sul prodotto sta riducendosi?
I costi di produzione sono cresciuti oltre modo?
Gestire l'azienda diventa sempre più difficile?
Sai che si potrebbe fare di più, ma non sai come?
Quali sono le aree di miglioramento dove concentrarsi?
Quali sono i margini di miglioramento, e come raggiungerli?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Conoscere qual è lo stato di efficienza della propria azienda ed identificare sprechi ed attività non a valore aggiunto.
Individuare i margini di miglioramento e quantificarli, dal punto di vista tecnico ma soprattutto economico. Sapere dove si è, dove si può arrivare, e come essere guidati attraverso un percorso che porta all'aumento di efficienza ed alla riduzione dei costi di produzione, quindi a risparmi, aumento del margine o aumento della competitività.

II PERCORSO

- > Rilevazione dei dati disponibili e/o raccolta dati di produzione;
- > Analisi dati e mappatura dei processi;
- > Misurazione dello stato di efficienza;
- > Identificazione delle attività non a valore aggiunto e delle inefficienze;
- > Quantificazione dei margini di miglioramento;
- > Definizione e scelta delle modalità e dei tempi di intervento;
- > Identificazione delle alternative di scelta degli strumenti più opportuni;
- > Effettuazione dell'intervento in modalità di "apprendimento guidato" o di consulenza tradizionale.

2) Aumentare la qualità del prodotto.

I BISOGNI DELL'AZIENDA

La qualità del prodotto sta diventando un problema?
I clienti richiedono aderenza a nuovi standard di qualità?
Il tasso di scarto è eccessivo rispetto agli obiettivi desiderati?
Gli scarti si generano senza che si capisca il perché?
Sai che si potrebbero ridurre, ma non sai come?
Quali sono i margini di miglioramento? Come e quanto costa raggiungerli?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Conoscere il grado di affidabilità del proprio processo produttivo misurando la "capacità di processo" (Cp/Cpk)
Individuare le cause che portano il processo fuori controllo.
Implementare gli opportuni strumenti di rilevazione della qualità del processo
Identificare come poter intervenire; essere guidati attraverso un percorso che porta alla riduzione degli scarti, quindi a risparmi, aumento della qualità, riduzione di costi ed aumento della competitività.

II PERCORSO

- > Rilevazione dei dati disponibili e/o raccolta dati di processo;
- > Analisi dati e mappatura dei processi;



- > Misurazione della capacità di processo;
- > Identificazione delle cause speciali di riduzione di qualità;
- > Quantificazione dei margini di miglioramento;
- > Definizione e scelta delle modalità e dei tempi di intervento;
- > Identificazione delle alternative di scelta degli strumenti più opportuni;
- > Effettuazione dell'intervento in modalità di "apprendimento guidato" o di consulenza tradizionale.

3) Aumentare la capacità produttiva

I BISOGNI DELL'AZIENDA

I tempi di consegna sono eccessivamente lunghi?
I magazzini hanno raggiunto in passato livelli troppo alti?
La domanda è cresciuta ma non si riesce a pianificarla efficacemente?
L'aumento dei flussi sta mettendo in crisi la produzione o la logistica?
Gestire l'azienda diventa sempre più difficile?
Sai che si potrebbe fare di più, ma non sai come?
Dove si può arrivare?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Conoscere quale è la capacità produttiva massima esprimibile dall'azienda con le risorse attualmente disponibili, e identificare il proprio grado di utilizzazione di impianti e manodopera.
Individuare e comprendere come aumentare la capacità dei "colli di bottiglia".
Individuare i margini di miglioramento e quantificarli dal punto di vista tecnico, ma soprattutto economico. Sapere dove si è, dove si può arrivare, e come.
Essere guidati attraverso un percorso che porta all'aumento della produzione oppure alla riduzione dei tempi di consegna.

II PERCORSO

- > Rilevazione dei dati disponibili e/o raccolta dati di produzione e logistica
- > Analisi dati e mappatura dei processi
- > Identificazione dei colli di bottiglia e misurazione dei gradi di utilizzazione
- > Identificazione dei punti dove prevedere tamponi di disaccoppiamento
- > Quantificazione dei margini di miglioramento
- > Definizione e scelta delle modalità e dei tempi di intervento
- > Identificazione delle alternative di scelta degli strumenti più opportuni
- > Effettuazione dell'intervento in modalità di "apprendimento guidato" o di consulenza tradizionale

4) Ridurre i costi della logistica interna

I BISOGNI DELL'AZIENDA

Gestire i magazzini sta diventando sempre più difficile?
Quanto capitale è immobilizzato nelle scorte?
Troppi materiali disposti nelle locazioni sbagliate o inopportune?
Troppe locazioni semivuote, e materiali difficili da allocare?
I flussi di materiali tra i punti di produzione sono quelli ottimali?
Frequenti disallineamenti tra la situazione reale ed il sistema informativo?
Troppe risorse necessarie per la movimentazione?
Troppe risorse necessarie per verificare l'inventario?
Sai che si potrebbe fare di più, ma non sai come?
Qual è il costo della pianificazione in termini di efficienze di fabbrica ed in termini di inventari?



Quanto costano i flussi di rifornimento delle materie prime e dei semilavorati?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Ottenere la disposizione ottimale di prodotti all'interno del magazzino, con pratiche ottimizzate per le operazioni di ricezione ordini, prelievo ed allestimento spedizioni.

Ridurre il fabbisogno di personale dedicato alle operazioni di movimentazione.

Ridurre i tempi di prelievo.

Ridurre lo spazio necessario all'interno del magazzino ovvero ottenere di collocare più prodotti all'interno di scaffali o zone di stoccaggio.

Progettare o riprogettare il layout ottimale del magazzino, nell'ottica della massima efficienza di movimentazione e fabbisogno di spazio.

Riduzione delle scorte nel magazzino e riduzione del circolante impegnato.

II PERCORSO

- > Rilevazione dei dati disponibili e/o raccolta dati di movimentazione
- > Analisi dati e mappatura dei processi
- > Identificazione dei prodotti alto e basso rotanti e revisione dell'analisi ABC
- > Identificazione delle zone calde e fredde del magazzino ed eventuale re-layout
- > Analisi delle opportunità di modificare le pratiche delle operazioni
- > Studio della disposizione ottimale dei prodotti nei magazzini
- > Ricalcolo delle pratiche e dei livelli di stoccaggio, di riordino, di ripristino della scorta ciclo e dei livelli di scorta di sicurezza

5) Ottimizzare la logistica esterna

I BISOGNI DEL'AZIENDA

La logistica dell'azienda è in grado di finire il servizio atteso dal mercato?

Trasporti, spedizioni, coordinamento, magazzini esterni, resi: la gestione sta diventando sempre più complicata?

I tempi di consegna sono troppo lunghi rispetto alle esigenze?

I prodotti, già pronti, attendono troppo prima di raggiungere il cliente?

Le scorte nei magazzini della filiera logistica sono troppo alte?

Sai che si potrebbe migliorare, ma non sai come?

Come e quanto costa raggiungere un miglior livello di efficienza?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Formalizzare e trovare un assetto definitivo alla struttura di coordinamento della propria filiera logistica.

Effettuare la mappatura dei processi e definire procedure univoche e standardizzate.

Ridurre il livello delle scorte in magazzini e punti di stoccaggio delocalizzati.

Scegliere la tempistica ed i criteri ottimali per la gestione delle spedizioni.

Ridurre i tempi per raggiungere il cliente.

Scegliere i mezzi di trasporto più opportuni e le rotte migliori.

Sfruttare l'intermodalità e ridurre i costi di trasporto.

Aumentare il livello di servizio.

II PERCORSO

- > Rilevazione dei dati disponibili e/o raccolta dati di processo;
- > Analisi dati e mappatura dei processi;
- > Identificazione di colli di bottiglia e cause di rallentamento dei processi;
- > Quantificazione dei margini di miglioramento;



- > Definizione e scelta delle modalità e dei tempi di intervento;
- > Realizzazione dell'intervento di riprogettazione dei processi di logistica esterna, in modalità di "apprendimento guidato" o di consulenza tradizionale.



IL SERVIZIO AL CLIENTE

Il cliente rappresenta per l'azienda una risorsa fondamentale da tutelare e preservare in un mercato oggi sempre pronto ad offrire prodotti competitivi e diversificati. La sua soddisfazione e di conseguente fidelizzazione devono divenire un obiettivo prioritario per assicurare all'azienda un successo di vendita costante e consolidato. Aumentare e consolidare la fidelizzazione del cliente attraverso l'implementazione di servizi innovativi e personalizzati all'azienda di riferimento.

OBIETTIVO

Aumentare e consolidare la fidelizzazione del cliente attraverso l'implementazione di servizi innovativi e personalizzati all'azienda di riferimento.

RISULTATI

I percorsi sviluppati forniscono all'azienda i corretti strumenti per individuare i clienti chiave, misurarne la soddisfazione e consolidare così il rapporto commerciale anche attraverso l'impiego del web e telefono, canali oggi efficaci nel reclutamento e interazione con nuovi clienti.



Programmi di lavoro:

1) Gestire, mantenere e fidelizzare il cliente

I BISOGNI DELL'AZIENDA

I clienti chiave dell'azienda sono chiaramente identificati fra quelli serviti?
L'azienda ha predisposto piani di sviluppo per i clienti chiave?
Quali sono le iniziative di fidelizzazione previste?
Come si misura la soddisfazione della clientela?
È disponibile in azienda un sistema di "intelligence" per accumulare conoscenza su clienti e mercato?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Identificazione clienti chiave per erogare un servizio eccellente.
Monitoraggio delle azioni commerciali, dei livelli di investimento e dei risultati sui clienti chiave.
Individuazione dei sistemi di fidelizzazione della clientela.
Consolidamento della relazione con il cliente e sviluppo rapporto fiduciario privilegiato.
Definizione logiche sistema di "intelligence" per la gestione attiva dei clienti.

II PERCORSO

- > Segmentazione portafoglio clienti per potenziale
- > Redazione piani specifici di sviluppo per clienti chiave
- > Sviluppo iniziative di fidelizzazione dei clienti
- > Attuazione rapporti di partnership con i clienti
- > Misurazione della soddisfazione dei clienti
- > Elaborazione del sistema di gestione delle informazioni sui clienti

2) Migliorare il servizio al cliente via Web e telefono

I BISOGNI DELL'AZIENDA

Sei pronto per ridurre costi e aumentare i ricavi derivanti dalle interazioni a valore aggiunto con i tuoi clienti?
Vuoi ridurre drasticamente il tasso di abbandono del tuo sito web?
Vuoi abbinare la pertinenza delle ricerche via web con la personalizzazione e la cura dell'interazione diretta via telefono?
Vuoi convertire il maggior numero di visitatori del tuo sito in clienti?
Vuoi implementare un processo di e-commerce semplice ed efficace?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

La riduzione del tasso di abbandono dal proprio sito web nelle sezioni strategiche (es. registrazioni, e-commerce, compilazione ordini e contratti, ecc.).
Un miglioramento della percezione del servizio di supporto e assistenza al cliente con un'esperienza di interazione unica tra web e contatto diretto con operatore via telefono.
Una soluzione a bassi costi di avvio e di rapida implementazione, con un ritorno sui costi del servizio entro il primo anno dal lancio.

II PERCORSO

- > Analisi del processo/degli strumenti di interazione esistenti
- > Analisi iniziale delle esigenze e capacità organizzative dell'azienda
- > Analisi dei requisiti e progettazione di soluzioni personalizzate
- > Redazione di un piano operativo e di un'offerta personalizzata



- > Implementazione del programma e integrazione della soluzione:
 - configurazione e interfacciamento soluzione
 - personalizzazione della grafica
- > Test e rilascio della soluzione
- > Affiancamento per la formazione interna
- > Supporto e manutenzione



SERVIZI A SUPPORTO DELLA PIANIFICAZIONE & CONTROLLO

Pianificazione controllo costituiscono due azioni fondamentali qualora si desideri creare misure di sostegno efficaci allo sviluppo aziendale. Permettono infatti di implementare processi ed adottare scelte strategiche tenendo sotto costante monitoraggio le risorse economiche, finanziarie e umane dell'azienda.

OBIETTIVO

Un'analisi approfondita degli equilibri patrimoniali e finanziari nonché delle dinamiche economiche e gestionali in atto al fine di indirizzare l'azienda verso scelte che possono sia ristabilire i corretti equilibri economico-finanziari sia prendere decisioni strategiche corrette e funzionali.

RISULTATI

Creazione di un sistema di controllo a supporto di decisioni e l'elaborazione di una strategia finanziaria legata a specifiche esigenze aziendali e di mercato.

Implementazione di processi in grado di ottimizzare la comunicazione e gestione dei diversi attori appartenenti al sistema economico di riferimento.



Programmi di lavoro:

1) Ristrutturare il debito aziendale

I BISOGNI DEL 'AZIENDA

Trovare la liquidità necessaria al funzionamento dell'azienda è diventato sempre più difficile?
Il costo degli interessi passivi è sempre più elevato e compromette in buona parte il risultato economico dell'impresa?
La gestione delle diverse banche è divenuta troppo complessa e costosa?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Attraverso questo progetto l'azienda riceverà un'analisi approfondita degli equilibri patrimoniali e finanziari, nonché delle dinamiche economiche in atto.
Sarà inoltre indirizzata e accompagnata verso quelle scelte, quei comportamenti e quei prodotti finanziari che possono ristabilire i corretti equilibri economico-finanziari.

II PERCORSO

- > Analisi iniziale del posizionamento dell'azienda
- > Analisi economico-finanziaria degli ultimi bilanci
- > Analisi di rating dell'impresa
- > Rendiconto finanziario dell'ultimo esercizio e scenari di previsione
- > Identificazione delle aree di criticità e piano d'azione
- > Accompagnamento nella realizzazione del piano d'azione
- > Analisi del posizionamento aziendale al termine dell'intervento

2) Costruire un sistema di controllo aziendale

I BISOGNI DEL'AZIENDA

Quando prendi le decisioni strategiche per la tua azienda, come l'acquisto di un nuovo macchinario o l'assunzione di personale, vorresti poterlo fare sulla base dei numeri?
Vorresti un sistema che ti permettesse di accorgerti tempestivamente dei problemi economici e finanziari per porvi rimedio immediatamente?
Conosci veramente il costo dei tuoi prodotti e servizi?
... e la redditività aziendale, di stabilimento, di prodotto/servizio o del singolo cliente?
Hai mai calcolato il punto di pareggio?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Al termine del percorso l'azienda disporrà di un sistema di controllo che la supporterà nelle decisioni attraverso dati economici e gestionali. Avendo partecipato attivamente al processo di costruzione del sistema stesso avrà inoltre appreso le logiche di impostazione e in futuro potrà quindi adattarlo autonomamente in funzione dei cambiamenti intervenuti nell'attività.

II PERCORSO

- > Analisi iniziale del posizionamento dell'azienda
- > Analisi economico-finanziaria degli ultimi tre bilanci
- > Analisi dei processi, delle aree di business, del piano dei conti
- > Identificazione dei centri di costo e delle logiche di costificazione
- > Test e rilascio del sistema di controllo
- > Assistenza e formazione al personale durante la fase di entrata a regime del sistema



- > Direzione lavori per l'eventuale adattamento del software presente oppure, se necessario, assistenza nella selezione di un nuovo software

3) Valutare la ricaduta economico-finanziaria degli investimenti

I BISOGNI DEL'AZIENDA

Hai necessità di valutare la redditività di un bene all'interno della tua azienda?
Vuoi valutare l'incidenza sulla tua azienda del periodo di restituzione di un finanziamento per investimenti?
Vuoi conoscere la corretta modalità di finanziare un bene ?
Sei indeciso tra leasing o mutuo?
Con quale banca o società di leasing è meglio collaborare?
Quali garanzie devi portare?
È possibile agevolare il tuo investimento?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Attraverso questo progetto l'azienda beneficerà di un'analisi approfondita degli equilibri patrimoniali e finanziari, l'individuazione delle garanzie necessarie al finanziamento da richiedere e la conseguente scelta dei migliori strumenti finanziari da adottare.

II PERCORSO

- > Analisi iniziale del posizionamento dell'azienda
- > Analisi economico-finanziaria degli ultimi tre bilanci
- > Analisi di rating dell'impresa
- > Ricerca dell'istituto/ente finanziatore, istruttoria della pratica e suo monitoraggio presso il medesimo ente
- > Ricerca delle agevolazioni disponibili per tipologia di impresa e di investimento
- > Rendiconto finanziario dell'ultimo esercizio e scenari di previsione
- > Analisi del posizionamento aziendale al termine dell'intervento

4) Migliorare la comunicazione con i tuoi clienti

I BISOGNI DELL 'AZIENDA

Vuoi instaurare una comunicazione continua con i tuoi clienti?
Vuoi migliorare la visibilità per la tua azienda e per i tuoi prodotti su Internet e qualificare un maggior numero di contatti e richieste commerciali?
I tuoi clienti hanno bisogno di un canale rapido per ottenere informazioni correlate ai tuoi prodotti/ servizi o alla tua azienda e/o rete vendita?
Vuoi verificare in maniera continua chi consulta il tuo sito web e quali prodotti e/o servizi risultano più interessanti?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Sito web ottimizzato per i propri clienti, di semplice consultazione e di forte impatto emozionale.
Maggiore visibilità sui motori di ricerca e aumento del tasso di conversione di navigatori del sito in clienti.
Mappe online con i dettagli per contattare e raggiungere l'azienda e/o i propri punti vendita.
Maggiore autonomia nella pubblicazione di contenuti, notizie, schede prodotto e servizi sul proprio sito e/o tramite comunicazioni periodiche (newsletter).
Strumenti di interazione e comunicazione semplici ed efficaci.



II PERCORSO

- > Analisi iniziale delle esigenze dell'azienda e degli strumenti già in uso
- > Analisi dei requisiti e progettazione di una soluzione personalizzata
- > Redazione di un piano operativo e condivisione delle attività e dei tempi
- > Implementazione della soluzione con logiche di comunicazione personalizzate
- > Test e rilascio della soluzione
- > Definizione delle logiche di comunicazione personalizzate
- > Affiancamento per la formazione interna e supporto al lancio
- > Supporto e manutenzione

5) Migliorare la comunicazione con i tuoi fornitori

I BISOGNI DEL'AZIENDA

Vuoi qualificare i tuoi fornitori in maniera efficiente ed efficace?
Vuoi ottimizzare la gestione dei rapporti commerciali con i propri fornitori?
Vuoi migliorare la comunicazione con i tuoi fornitori?
Vuoi semplificare il processo di gestione degli ordini e fornire internamente alla tua azienda una migliore condivisione della conoscenza dei prodotti e delle disponibilità dei tuoi fornitori?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Migliorare le comunicazioni con i fornitori tramite un'area riservata di comunicazione e condivisione di informazioni e conoscenze.
Semplificare le procedure di qualificazione dei fornitori e di gestione ordini.
Mantenere il personale interno all'azienda sempre aggiornato.
Gestire alcuni processi importanti completamente in self- service.
Adattare le tecnologie alle proprie esigenze e non viceversa!

II PERCORSO

- > Analisi iniziale delle esigenze e capacità organizzative dell'azienda
- > Verifica processi e strumenti già in uso
- > Analisi dei requisiti e progettazione soluzioni personalizzate
- > Redazione di un piano operativo e condivisione delle attività e dei tempi
- > Implementazione e sviluppo del piano:
 - Identificazione della soluzione tecnica
 - Definizione delle logiche di comunicazione personalizzate
- > Test e rilascio della soluzione
- > Affiancamento per la formazione interna e ai canali coinvolti (fornitori, rete vendita, rete di distribuzione, ...)
- > Supporto e manutenzione

6) Migliorare la comunicazione con la tua rete commerciale

I BISOGNI DEL'AZIENDA

Hai una rete commerciale che necessita di supporti alla vendita rapidi ed efficaci?
I tuoi agenti e rivenditori hanno bisogno di un canale rapido per ordinare i propri prodotti e ottenere informazioni tecniche correlate?
Vuoi offrire una pronta visibilità allo stock di prodotti disponibili e semplificare il processo di gestione degli ordini e delle promozioni?
Vuoi qualificare i tuoi rivenditori in maniera efficiente ed efficace?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA



Migliorare i servizi resi alla propria rete di distribuzione e vendita.
Semplificare le procedure di ordine, di promozione e la condivisione della comunicazione sia con gli agenti sia con i propri rivenditori e/o punti vendita.
Mantenere il personale interno all'azienda sempre aggiornato.
Gestire alcuni processi importanti completamente in self- service.
Adattare le tecnologie alle proprie esigenze e non viceversa!

II PERCORSO

- > Analisi iniziale delle esigenze e capacità organizzative dell'azienda
- > Verifica processi e strumenti già in uso
- > Analisi dei requisiti e progettazione soluzione personalizzata
- > Redazione di un piano operativo e condivisione delle attività e dei tempi
- > Implementazione e sviluppo del piano:
 - Identificazione della soluzione tecnica
 - Definizione delle logiche di comunicazione personalizzate
- > Test e rilascio della soluzione
- > Affiancamento per la formazione interna e ai canali coinvolti (fornitori, rete vendita, rete di distribuzione, ...)
- > Supporto e manutenzione



7) Migliorare il controllo del tuo Business

I BISOGNI DEL'AZIENDA

Non riesci a capire dove sta andando il tuo business?

Ti mancano dati aggiornati su:

- > l'andamento delle vendite
- > la situazione amministrativa e finanziaria
- > le performance della produzione, di reparti, di progetti, ...?
- > vorresti monitorare ed anticipare gli andamenti della tua impresa?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Individuazione di criteri e modalità per la misurazione di obiettivi strategici e operativi per la gestione e il controllo del proprio business.

Adozione di uno strumento di rapida implementazione, economico, facilmente configurabile e personalizzabile, anche autonomamente e con bassissimi impatti a livello informatico!

II PERCORSO

- > Analisi iniziale delle esigenze e capacità organizzative dell'azienda
- > Analisi delle aree, iniziative e obiettivi da misurare e controllare
- > Analisi dei requisiti tecnici e progettazione soluzione personalizzata
- > Redazione di un piano operativo e condivisione delle attività e dei tempi
- > Implementazione e sviluppo del programma:
 - configurazione della soluzione
 - creazione di cruscotti di controllo
 - personalizzazione delle integrazioni
- > Affiancamento per la formazione interna e personalizzazione

8) Migliorare i processi interni di comunicazione e collaborazione della tua impresa

I BISOGNI DEL'AZIENDA

Sei pronto a migliorare i processi di comunicazione e cooperazione interni alla tua azienda?

Vuoi unificare tutti i sistemi informativi aziendali in un unico punto di accesso?

Vuoi aumentare l'automazione di alcuni processi interni per migliorare la gestione della conoscenza nell'azienda e semplificare le procedure mantenendo un controllo migliore?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Il punto unico di accesso alle risorse e ai servizi informativi aziendali, progettato e personalizzato con logiche di usabilità per il dipendente e collaboratore, in cui tecnologie e strumenti si adattano alle esigenze aziendali e organizzative, e non viceversa.

Riduzione di tempi e costi legati a processi interni e miglioramento della qualità.

II PERCORSO

- > Analisi iniziale delle esigenze e capacità organizzative dell'azienda
- > Verifica processi e strumenti già in uso
- > Analisi dei requisiti e progettazione soluzione personalizzata
- > Redazione di un piano operativo e condivisione delle attività e dei tempi
- > Implementazione e sviluppo del programma
- > Identificazione della soluzione tecnica
- > Integrazione e sviluppo di strumenti e servizi di cooperazione e di gestione della conoscenza



- > Definizione delle logiche di comunicazione personalizzate
- > Affiancamento per la formazione interna

9) Analisi dei fabbisogni ICT

I BISOGNI DEL'AZIENDA

Vuoi evitare di avere un server locale all'interno della tua azienda?

Vuoi risparmiare nei costi di manutenzione ?

Vuoi un maggior livello di efficienza ed un incremento dell'affidabilità?

Vuoi che i tuoi dipendenti possano collegarsi al server aziendale anche da fuori ufficio?

Hai computers vecchi che non vuoi cambiare ?

Vuoi adottare politiche di backup?

Vuoi risparmiare sui costi della bolletta telefonica?

Vuoi una comunicazione interaziendale efficiente?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

L'implementazione di soluzioni informatiche personalizzate permetterà di ridurre i costi migliorando la qualità della comunicazione, facilitando l'archiviazione e la condivisione delle informazioni sia tra le diverse funzioni aziendali che tra l'azienda e i suoi clienti e fornitori.

II PERCORSO

- > Attivazione dei partner di progetto per la scelta del fornitore idoneo (Microsoft, Citrix, NPS)
- > Analisi iniziale delle esigenze e capacità organizzative dell'azienda
- > Verifica dei processi e strumenti già in uso
- > Analisi dei requisiti e progettazione soluzione personalizzata
- > Redazione di un piano operativo e condivisione delle attività e dei tempi
- > Implementazione del programma



RISORSE UMANE

L'efficace gestione dei collaboratori costituisce un elemento chiave nel favorire il successo della propria azienda. Dipendenti soddisfatti e motivati, basso turnover e fluidi ricambi generazionali possono diventare fattori determinanti non solo nella creazione di un clima lavorativo costruttivo ma anche nell'incremento della produttività aziendale.

OBBIETTIVO

Individuare piani di intervento graduali ma efficaci volti a risolvere eventuali problematiche legate alla gestione del personale e ricambi generazionali. Analizzare le potenzialità di ciascun collaboratore per utilizzarle in un'ottica di produttività aziendale.

RISULTATI

I percorsi attivabili supportano l'azienda nell'analisi delle dinamiche legate alla gestione del proprio personale per la creazione di un clima aziendale incentrato sulla collaborazione e motivazione, creando le condizioni adeguate e necessarie anche ad un passaggio generazionale e alla redistribuzione di ruoli e competenze.



Programmi di lavoro:

1) Organizzare e motivare le persone

I BISOGNI DELL'AZIENDA

Come migliorare i risultati della tua azienda?
Vuoi incrementare le prestazioni e la produttività?
I tuoi dipendenti non si sentono coinvolti nelle strategie dell'azienda?
Come puoi migliorare l'organizzazione interna e portare le persone a lavorare e risolvere i problemi insieme?
Vuoi aumentare il senso di responsabilità e la motivazione dei tuoi dipendenti o collaboratori?
I tuoi dipendenti sono poco flessibili di fronte ai cambiamenti?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Miglioramento del clima organizzativo e dei risultati economico-finanziari.
Riduzione del turnover di personale.
Aumento della soddisfazione del cliente.
Incremento della produttività.

II PERCORSO

- > Analisi del clima organizzativo
- > Definizione dei valori e della missione dell'azienda
- > Definizione di organigrammi, descrizione dei ruoli e delle posizioni
- > Valutazione del potenziale delle persone
- > Formazione sulla Leadership e sul lavoro in team
- > Costruzione del Manuale del capo
- > Sviluppo individuale (coaching) per aumentare le competenze relazionali
- > Analisi retributiva
- > Strumenti e interventi per migliorare la comunicazione interna
- > Gestione dei Cambiamenti

2) Accompagnare il passaggio generazionale in impresa

I BISOGNI DELL'AZIENDA

Per un'azienda il ricambio generazionale è un momento molto delicato. Questa fase è spesso sottovalutata da chi abbandona la guida dell'impresa e tale atteggiamento può portare criticità nella gestione dell'avvicendamento. Una pianificazione graduale, con una progressiva assunzione di responsabilità da parte di chi si accinge a diventare il nuovo titolare contribuisce a creare le condizioni adeguate al subentro. In termini di bisogni l'azienda si trova a gestire una fase in cui è necessario mettere in evidenza i ruoli e le competenze agite dalle figure coinvolte nel passaggio generazionale, periodo di cambiamento e riorganizzazione che interessa in maniera trasversale tutte le dimensioni aziendali.

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Identificazione criticità-opportunità legate al passaggio generazionale.
Pianificazione di una linea di intervento operativa in termini di consulenza e servizi specialistici per l'imprenditore uscente e per il/ i subentranti.
Supporto all'elaborazione di un piano di sviluppo a breve e medio termine per l'inserimento del/dei subentranti.



IL PERCORSO

- Step 1 - Analisi aziendale: evoluzione dell'impresa e frame organizzativo
- Step 2 - Analisi del ruolo agito dall'imprenditore senior in impresa
- Step 3 - Analisi funzioni e ruoli dell'imprenditore junior e possibilità di subentro
- Step 4 - Piano di avvicendamento e piano di sviluppo per la pianificazione al subentro effettivo



IL VALORE PER IL SISTEMA

Oggi più che mai il valore dato ad un'azienda si misura non solo in termini di fatturato ma nel modo in cui il territorio e l'ambiente percepiscono l'impegno etico e sociale dell'azienda stessa. Questo impiego sta diventando sempre più non solo uno dei principali fattori competitivi del mercato globale ma anche un elemento di differenziazione e garanzia dell'operare dell'azienda nei confronti di tutti gli altri attori coinvolti.

OBIETTIVO

Migliorare la percezione del valore etico/sociale della tua azienda attraverso la valorizzazione delle buone prassi di responsabilità sociale attuali e potenziali.

RISULTATI

Valorizzazione e comunicazione dell'impegno etico dell'impresa nei confronti dei portatori di interesse (clienti, collaboratori e comunità locali), attraverso la definizione di programmi di miglioramento continuo.



Programmi di lavoro:

1) Promuovere un'impresa sostenibile

I BISOGNI DELL'AZIENDA

Ritieni di seguire principi di gestione aziendale etica e vorresti valorizzarli al tuo interno?
Vuoi migliorare la percezione che il territorio e l'ambiente in cui operi ha della tua azienda?
Ti interessa conoscere gli strumenti più adatti a valorizzare le buone prassi di responsabilità sociale delle piccole e medie imprese?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Identificazione dei valori sociali ed ambientali dell'azienda e mappatura delle buone prassi di responsabilità sociale dell'impresa.
Supporto nella valorizzazione dei comportamenti etici sia interni che esterni all'impresa.

II PERCORSO

- > Analisi delle caratteristiche dell'azienda e dei suoi valori
- > Mappatura e formalizzazione delle buone prassi di responsabilità sociale attuali e potenziali
- > Identificazione migliori canali di comunicazione interna/esterna all'azienda
- > Supporto nelle azioni di comunicazione

RELAZIONE CON IL TERRITORIO

Nonostante si operi in un mercato altamente concorrenziale la collaborazione e la sinergia all'interno di filiere verticali e orizzontali può dare vita a operazioni comuni molto valide per risultare sempre competitivi sul mercato ottimizzando costi ed investimenti.

OBIETTIVO

Migliorare la gestione e collaborazione con i propri fornitori e costituire con aziende affini per strategie e bisogni una rete distributiva unica condividendo conoscenze e servizi.

RISULTATI

Operare economie su vasta scala e ottimizzare processi produttivi abbattendo i costi su attività prive di valore aggiunto.



Programmi di lavoro:

1) Sviluppare una rete integrata tra clienti e fornitori

I BISOGNI DEL'AZIENDA

Sei un'azienda a capo di una filiera produttiva e hai la necessità di migliorare la gestione della comunicazione e collaborazione con i diversi livelli di fornitori in maniera rapida e personalizzata? Vuoi rendere maggiormente partecipi i tuoi fornitori nel tuo processo produttivo per raggiungere un maggior grado di soddisfazione del cliente finale?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Un ambiente collaborativo, personalizzato per i propri fornitori che consente un maggior allineamento della filiera sullo stato del processo produttivo, eliminando sprechi e duplicazioni, riducendo tempi per decisioni, condividendo la documentazione, ottimizzando i processi produttivi. Adattare le tecnologie alle proprie esigenze e non viceversa!

II PERCORSO

- > Analisi iniziale del contesto e capacità organizzative dell'azienda
- > Verifica processi e strumenti già in uso
- > Analisi dei requisiti e progettazione soluzione personalizzata
- > Redazione di un piano operativo e condivisione delle attività e dei tempi
- > Implementazione e sviluppo del piano
- > Identificazione della soluzione tecnica
- > Realizzazione e configurazione ambiente collaborativo
- > Definizione delle logiche di comunicazione personalizzate
- > Affiancamento per la formazione interna e ai propri fornitori
- > Supporto e manutenzione

2) Sviluppare una rete per la logistica

I BISOGNI DEL'AZIENDA

È possibile ri-organizzare la rete distributiva dell'azienda sfruttando le sinergie con altre aziende di pari dimensioni per meglio cogliere le opportunità offerte dal mercato o per migliorare i livelli di servizio? È possibile sfruttare le nuove tecnologie per creare reti di forniture tra aziende/fornitori/clienti distanti tra loro?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

La possibilità di creare ampie e articolate reti distributive e/o di fornitura utilizzando sinergie con altre aziende che abbiano gli stessi bisogni e/o strategie. Efficienze in termini di economie di scala, miglioramento del servizio e delle prestazioni della catena distributiva.

II PERCORSO

- > Analisi della rete esistente
- > Analisi dei requisiti di servizio del mercato
- > Creazione di modelli cross-azienda che permettano di creare efficienze e sinergie
- > Ricerca ed implementazioni degli strumenti informatici per la gestione della rete
- > Selezione dei partner con cui operare



3) Il portale per aggregare, promuovere e favorire la collaborazione tra imprese

I BISOGNI DEL'AZIENDA

Hai un network di aziende distribuite geograficamente con cui vuoi migliorare i meccanismi di comunicazione e interazione? Vuoi fornire servizi a valore aggiunto al tuo network? Vuoi aumentare il livello di condivisione della conoscenza e facilitare l'innovazione? Vuoi aumentare il business dei membri del tuo network?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Assunzione di un ruolo attivo per i tuoi associati e/o membri del network grazie a una piattaforma interattiva di semplice utilizzo e progettata per le PMI. Semplificazione dei rapporti tra i membri del network e delle relazioni con i relativi mercati di riferimento, condividendo conoscenza e servizi.

II PERCORSO

- > Comprensione del contesto e analisi iniziale delle esigenze
- > Definizione del modello organizzativo
- > Redazione di un piano operativo e condivisione delle attività e dei tempi
- > Implementazione e sviluppo del programma:
 - Realizzazione del modello organizzativo
 - Progettazione e realizzazione della piattaforma interattiva
 - Comunicazione e coinvolgimento network
- > Lancio della soluzione a livello di azione pilota
- > Lancio finale della piattaforma
- > Affiancamento per la formazione interna
- > Supporto e manutenzione

4) Gestione e ottimizzazione di reti di impresa esistenti

I BISOGNI DEL'AZIENDA

Vuoi migliorare la comunicazione fra i partner della tua rete? Vuoi controllare in modo semplice e formale le attività che ciascun partner deve svolgere? Vuoi migliorare la capacità di progettare in modo condiviso? Vuoi migliorare la gestione dello stato di avanzamento della produzione? Vuoi migliorare la gestione logistica dei materiali e la gestione dei trasporti? Vuoi misurare le performance della rete e di ciascuno dei partner?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Utilizzo di strumenti metodologici e/o di strumenti informatici tipicamente web-based a supporto di attività di gestione opportunità commerciali, raccolta ordini, progettazione, pianificazione distribuita, schedulazione, workload distribution, approvvigionamenti, controllo stato di avanzamento, trasporti e valutazione performance di fornitori, terzisti ed in generale di partner più o meno stabili della rete.

II PERCORSO

- > Consulenza (analisi, modellazione e ottimizzazione dei flussi informativi)
- > Analisi delle integrazioni fra i diversi strumenti presenti nei partner della rete ed eventuale software selection per processi non informatizzati (definizione del capitolato tecnico dei fabbisogni e analisi comparativa delle soluzioni informatiche di interesse)
- > Sperimentazione (supporto alla integrazione e affiancamento)



> Analisi del posizionamento aziendale al termine dell'intervento

5) Creare una rete di imprese finalizzata alla delocalizzazione

I BISOGNI DEL'AZIENDA

Vuoi cogliere anche le opportunità commerciali che, per dimensione e/o credibilità, non riusciresti a gestire autonomamente?

Vuoi diminuire i costi commerciali e di marketing collaborando con altre imprese e condividendo le rispettive opportunità?

Vuoi diminuire i rischi imprenditoriali investendo sulle tecnologie emergenti in collaborazione con altre imprese?

Vuoi aumentare la capacità produttiva e/o la flessibilità nei confronti dei picchi di lavoro senza investire in nuovi impianti?

I RISULTATI PREVISTI PER L'AZIENDA

Individuazione dei partner

Definizione delle modalità di collaborazione e delle relative regole

Individuazione delle metodologie e degli strumenti per la gestione della collaborazione

Definizione delle regole per terminare la collaborazione con uno o più partner

II PERCORSO

> Definizione degli obiettivi della rete

> Ricerca dei partner

> Analisi e definizione delle modalità di collaborazione

> Individuazione degli strumenti gestionali

> Analisi delle performance della rete e messa a punto delle regole di collaborazione