



PREPARARSI ALLA RIPRESA RIPENSANDO L'IMPRESA

**COME LE PICCOLE E MEDIE IMPRESE POSSONO TROVARE
SOLUZIONI ALLA CRISI CON EFFETTO A RAPIDO IMPATTO**

1. INTRODUZIONE

La crisi finanziaria ed economica costituisce contemporaneamente una fase di discontinuità con il passato ma anche una occasione per decidere il cambiamento nel futuro.

Gli imprenditori e i manager sono impegnati in attività per scegliere i modi e i tempi di risposta, i comportamenti organizzativi e gestionali nonché le strategie più idonee ai cambiamenti in atto.

Le variabili che entrano in gioco nel processo di cambiamento sono numerose e gestibili non con un approccio lineare ma complesso; variabili come, indebitamento degli Stati, ampliamento della base monetaria, tendenza nei sistemi finanziari, comportamento dei consumatori e degli utenti, pressione sui prezzi per l'eccesso di capacità produttiva e di offerta, ecc., condizionano le scelte delle imprese che si devono attrezzare per le nuove sfide.

Prepararsi alla ripresa significa individuare azioni organizzative e/o gestionali che, pur condotte all'interno di variabili indipendenti, possono assumere un punto di riferimento per le scelte strategiche delle imprese.

2. COMPETENZE NECESSARIE ALLA DIREZIONE D'IMPRESA

L'intuizione imprenditoriale ed il "fare" operativo non sono più sufficienti ad una realizzazione efficace e competitivamente forte dell'impresa. Oggi è sempre più necessario integrare il ruolo di visione e la capacità intuitiva e decisionale dell'imprenditore con una competenza gestionale ed

organizzativa necessaria ad assicurare i risultati in un sistema economico sempre più articolato e complesso.

Le priorità di fronte alla crisi economica sono determinate dalle domande che l'imprenditore di una micro e piccola impresa si pone:

- con una diminuzione delle vendite riesco a far fronte agli impegni finanziari a breve e medio/lungo termine? Quanto tempo ho a disposizione per non entrare in dissesto finanziario?

Sicuramente la situazione di cassa è una criticità da tenere sotto controllo sia nella fase di generazione che di disponibilità nonché in quella di gestione. Mentre ieri l'accesso al credito era abbastanza facile oggi a fronte di un diverso atteggiamento delle banche l'imprenditore deve perseguire un modello gestionale basato sulla capacità di non dover ricorrere a finanziamenti esterni.

Questo significa sviluppare competenze gestionali ed organizzative nei confronti ad esempio di:

- politiche di pagamento dei fornitori;
- attenzione alla gestione dei costi;
- determinazione nella riscossione dei crediti.

Si tratta cioè di introdurre "saperi" che integrano l'operatività quotidiana del "fare" e che quindi affiancano l'imprenditore nelle scelte.

Un'altra domanda che l'imprenditore di una micro e piccola impresa si pone è:

- che prodotti/servizi posso spingere in tempi di crisi? Quali debbo abbandonare? Dove devo investire e quanto?



NOTIZIE

n. 0017 - OTTOBRE 2009

LA CONOSCENZA GENERA LE IDEE PER L'INNOVAZIONE DELLE IMPRESE

Aggiornamenti legislativi, normativi, tecnologici e organizzativi per migliorare il sistema di gestione aziendale

In questo contesto l'imprenditore deve **sviluppare una metodologia per valutare l'impatto del mercato sui suoi prodotti/servizi** attuando tutte quelle misure che difendano l'azienda da scenari rischiosi e negativi (**risk management**); contemporaneamente deve poter **identificare quelle opportunità che possono crescere dalla selezione naturale che coinvolge le aziende concorrenti** in una fase concitata e drammatica come questa (**analisi della concorrenza**).

L'imprenditore deve cioè **attrezzarsi per cogliere tutte quelle che potrebbero diventare opportunità ancora più positive di quelle di oggi**. Deve verificare l'efficienza e la struttura della propria azienda in rapporto ai cambiamenti in atto e alle sfide che si propongono sul mercato.

3. RUOLO DELL'IMPRESA DELLA CONOSCENZA

In un contesto economico/finanziario nonché tecnico/organizzativo quale quello che stiamo vivendo **gli interessi di un imprenditore di una micro e piccola impresa si incrociano con l'offerta professionale che viene da una "impresa della conoscenza e di servizi innovativi"** e che possiede competenze necessarie a **sviluppare nuovi modelli tecnici e competenza specialistica**.

Il Gruppo 2G Management Consulting, con i suoi 40 esperti nelle diverse aree aziendali, **stabilisce con l'imprenditore un dialogo che porta alla generazione di un rapporto di fiducia reciproca**. Infatti l'imprenditore richiede un "gruppo" che sappia capire, interpretare ed identificare le priorità che poi andranno vestite con opportune iniziative operative, ma che hanno come premessa la comprensione dei problemi.

Comprese e condivise le necessità dell'impresa (micro e/o piccola) il Gruppo 2G ha l'esperienza e la competenza per interloquire con l'imprenditore e la capacità di predisporre il "team" di competenze specialistiche idonee a rispondere operativamente alle domande dello stesso imprenditore.

La crisi economica e finanziaria nonché i cambiamenti del mercato stanno modificando l'operatività dell'impresa e il linguaggio conseguente che è sempre più incomprensibile e spesso inquietante per un comune imprenditore.

Per questo motivo è **necessario che lo stesso imprenditore sia affiancato da una struttura con competenze in grado di conoscere l'ambiente economico in evoluzione, identificare i rischi, valutare le soluzioni individuate, e che sia accompagnato, nel percorso verso l'uscita dalla crisi, con un progetto competitivo.**

4. OPERATIVITÀ DEL GRUPPO 2G

Lo stile operativo del Gruppo 2G Management Consulting è caratterizzato dall'**effettuazione di un CHECK UP GRATUITO attraverso un incontro con l'imprenditore e la valutazione dei processi aziendali** per individuare punti di forza e aree a rischio rispetto agli obiettivi imprenditoriali.

Tale CHECK UP viene condotto con specifiche liste di riscontro rivolte ai principali ambienti aziendali: commerciale, progettazione, acquisti, produzione, personale, amministrazione finanza e controllo, sistema informatico, requisiti legislativi applicati e/o applicabili ecc.

Al termine di questa attività si procederà alla redazione di una relazione che, consegnata successivamente alla Direzione, costituirà argomento di analisi e discussione delle problematiche riscontrate. Successivamente si potranno individuare possibili soluzioni e concordare opportuni interventi organizzativi e/o gestionali.



Per fissare un appuntamento per il **check-up** potete contattare il ns. **ufficio marketing**:

Sig.ra Cristina Gagliardo – Tel. 011 505062

gruppo2gmarketing@gruppo2g