



NOTIZIE

n. 022 - NOVEMBRE 2009

LA CONOSCENZA GENERA LE IDEE PER L'INNOVAZIONE DELLE IMPRESE

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

LA CONSULENZA ORGANIZZATIVA ALLE MICRO E PICCOLE IMPRESE COME VALORE SEMPRE PIÙ DECISIVO PER LA VITA DELLE IMPRESE STESSE



1. PERCHÉ QUESTA AFFERMAZIONE?

La situazione economica-finanziaria nella quale le imprese devono operare è sempre più complessa e quindi difficile da decifrare e da affrontare da parte del singolo imprenditore.

I mutamenti sono continui e si riflettono su tutte le attività aziendali, dalla produzione all'informatizzazione, dall'assetto finanziario all'adeguamento normativo, dall'area commerciale all'innovazione di prodotto.

In questo contesto organizzare una impresa significa, dopo aver analizzato i fattori interni ed esterni, fissare delle regole per cogliere le opportunità offerte dal mercato, migliorare le efficienze di costo e ridurre i rischi amministrativi, ambientali e quelli relativi alla sicurezza.

Tutto questo per difendere e/o consolidare la redditività d'impresa a beneficio delle proprietà, degli azionisti, dei dipendenti, dei clienti, dei fornitori e delle parti sociali.

La gestione di una impresa richiede quindi un approccio con una visione completa delle problematiche e, con una azione mirata e continua, (tale da coinvolgere tutte le "intelligenze" necessarie e disponibili) è possibile fare grandi passi in avanti.

È cioè necessario coniugare l'intuizione, la volontà e la capacità operativa dell'imprenditore con le competenze delle risorse umane presenti in azienda nonché con la ricerca e la disponibilità di "fornitori di conoscenza".

Un fornitore, cioè una "impresa della conoscenza e di servizi innovativi", che operi come "partner" dell'Azienda-Cliente,

come anello della catena di produzione del reddito, nell'interesse degli stakeholder tutti. Non più quindi un "consulente" che opera singolarmente come professionista riflessivo ("un ricercatore operante nel contesto della pratica quotidiana" come veniva definito negli anni '90 da O. SCHON professore del MIT di Boston) ma una "struttura" interfunzionale in grado di valutare e proporre soluzioni ai problemi complessi che si pongono sempre di più frequentemente agli imprenditori delle micro e piccole imprese.

2. COME CREARE VALORE ALLE MICRO E PICCOLE IMPRESE?

In questi ultimi dieci anni si è assistito ad una forte modificazione del mercato e del modo di fare impresa; si è passati da un ambiente stabile e circoscritto ad un altro dinamico, in continuo cambiamento. Come conseguenza è aumentata la complessità di fronte alla necessità di velocizzare i processi nonché l'esigenza di rivedere i vecchi schemi organizzativi e le modalità gestionali con cui l'imprenditore affronta i problemi.

Ogni azienda è un "unicum" che va studiato in tutte le sfaccettature partendo dalla realtà specifica (prodotti, processi, mercati, ecc.) e contestualizzando le regole (contrattuali, legislative, volontarie, ecc.) alla situazione cui si riferiscono per adeguarle alle necessità della strategia imprenditoriale.

È cioè necessario affiancare l'imprenditore con un "servizio innovativo" che nasce dalle competenze (conoscenze teoriche, abilità pratiche, comportamento imprenditoriale) di una "impresa della conoscenza", per

► Pag. 1 di 3

UNA IMPRESA DELLA CONOSCENZA E DI SERVIZI INNOVATIVI



Gruppo 2G Management Consulting s.r.l.

Largo Re Umberto, 106 • 10128 - Torino Tel. 011. 50.50.62 (r.a.) • Fax 011. 50.46.60
www.gruppo2g.com e-mail: gruppo2g@gruppo2g.com



NOTIZIE

n. 022 - NOVEMBRE 2009

LA CONOSCENZA GENERA LE IDEE PER L'INNOVAZIONE DELLE IMPRESE

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

avvicinare con buone probabilità di successo la consulenza di direzione aziendale.

La micro e piccola impresa fa spesso ricorso ad una consulenza più formale che sostanziale ma i risultati non sono dei più confortanti poiché invece di avviare a soluzione il "problema" si appesantisce la struttura gestionale con formalismi inutili e costosi.

MENO FORMALISMO E PIÙ STRATEGIA COMPETITIVA per sopravvivere e/o sviluppare la propria idea imprenditoriale mentre la crisi finanziaria, la globalizzazione, i vincoli nazionali e comunitari caratterizzano il mercato.

È il momento di **raccogliere dati e informazioni** (in modo razionale e funzionale agli obiettivi) per valutare il proprio prodotto/servizio, i processi aziendali, il mercato di riferimento, le potenzialità, le alternative, i costi, i fornitori, ecc.. L'imprenditore è interessato non all'analisi, allo studio, al piano d'azione da valutare (attività che vengono svolte dall'"impresa della conoscenza") ma ai **risultati concreti che la consulenza produce.**



Poiché però i **risultati dipendono non solo dalla consulenza ma anche dalla volontà dell'imprenditore, dalla disponibilità del personale aziendale, dalla disposizione di risorse, dalla gestione operativa, ecc.** è necessario che la consulenza stessa si **sviluppi con una struttura multidisciplinare con nuove modalità operative ed in generale con un apporto a tutto campo per gestire le idee nuove e vincenti.**

L'assistenza annuale dell' "impresa della conoscenza" all'imprenditore, attraverso una struttura di competenze, è la risposta alle esigenze attuali delle micro e piccole imprese.

3. QUALE È IL RUOLO DEL GRUPPO 2G ("IMPRESA DELLA CONOSCENZA" CHE OPERA CON 40 ESPERTI) NELLO SVILUPPO DELLA CONSULENZA ORGANIZZATIVA?

Le micro e piccole imprese in questo contesto dinamico e "difficile" (calo degli ordini, blocco del credito, pesantezza del fisco, costo dell'energia, ecc.) **devono sviluppare nuove idee e creare nuovi percorsi di crescita avendo a fianco una "impresa della conoscenza" come il GRUPPO 2G MANAGEMENT CONSULTING per:**

- **innovare la strategia di business** rivolta sia ad occupare i "vuoti" lasciati dalla concorrenza in crisi che alla crescita di nuovi mercati;
- **integrare i processi aziendali con gli strumenti di pianificazione** (ad esempio quella finanziaria) e controllo per avere una visione più ampia;
- **attuare una revisione del sistema gestionale** (anche in funzione delle nuove norme sui prodotti e sui processi) **per trasformare l'obbligo in opportunità;**
- **monitorare la crescita di competenze delle risorse umane** per migliorare la risposta aziendale alle richieste dei Clienti.



NOTIZIE

n. 022 - NOVEMBRE 2009

LA CONOSCENZA GENERA LE IDEE PER L'INNOVAZIONE DELLE IMPRESE

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

Per attuare tutto questo **gli imprenditori possono sviluppare un accordo di collaborazione con il Gruppo 2G Management Consulting** che è in grado di avviare un percorso operativo di studio sulle tematiche elencate ma anche di affiancare praticamente l'imprenditore stesso per raggiungere risultati concreti.

Credibilità, trasparenza, integrità, coscienziosità, proattività sono caratteristiche e capacità del Gruppo 2G e dei suoi esperti che diventano comportamenti richiesti dalle micro e piccole imprese.

4. COME AVVIARE IL PERCORSO DI COLLABORAZIONE TRA GRUPPO 2G E L'IMPRESA?

La prima attività è quella di una visita in azienda per valutare lo stato di fatto, individuare i punti di forza e di debolezza nonché le opportunità e le minacce del particolare segmento di mercato. In sostanza un check up per poter ragionevolmente raggiungere meglio gli obiettivi che l'imprenditore ha definito.

La prima macrofase relativa al percorso di check up è costituita dall'**analisi dei processi che si svolgono in azienda e quindi con la valutazione dell'efficacia dell'organizzazione di supporto.**

La seconda macrofase è relativa alla **valutazione degli aspetti caratteristici e cioè quello finanziario e quello economico** in quanto da un lato le difficoltà finanziarie derivanti da **condizioni di insufficiente liquidità limitano le scelte economiche ostacolando il proficuo svolgimento del processo produttivo aziendale, dall'altro l'insufficiente redditività o le frequenti perdite d'esercizio non solo riducono, ma possono annullare la solidità finanziaria e la posizione acquisita dall'impresa nel mercato quello finanziario.**

La terza macrofase del check up è quella relativa alla **valutazione sui risultati di mercato.** Fare l'analisi di mercato significa **esaminare i risultati del processo di scambio tra azienda e cliente considerando il mix dei fattori che**

determinano il posizionamento di mercato e, di conseguenza, il fatturato netto e i costi commerciali aziendali. Le variabili da considerare sono molteplici e sono determinate dall'insieme delle **caratteristiche dell'offerta: di prodotto, di processo commerciale, aziendali.** Questi dati sono misurati normalmente almeno per prodotto o commessa, per cliente, per venditore. In genere i fattori critici che sintetizzano i risultati di mercato, l'efficienza e l'efficacia commerciale sono: la quota di mercato e il margine di contribuzione o valore aggiunto.

Al termine di questa attività di check up condotta in collaborazione con gli esperti del Gruppo 2G sarà prodotto un **"Rapporto sull'organizzazione"** come base per la pianificazione dello sviluppo aziendale secondo le indicazioni dell'imprenditore (strategia competitiva) enunciate sulla base dei dati raccolti e degli obiettivi condivisi.

Per valutare la fattibilità di un percorso come quello illustrato i Business Manager del Gruppo 2G sono disponibili ad un incontro preliminare presso la Vs. Azienda.



Per fissare un appuntamento con uno dei ns. Business Manager potete contattare il ns. **ufficio marketing:**
Sig.ra Cristina Gagliardo – Tel. 011 505062
gruppo2gmarketing@gruppo2g.com