

COME REAGIRE ALLE CRISI DI MERCATO E ALLE TURBOLENZE:

Strumenti strategici, atteggiamenti mentali, forme organizzative per difendersi dalla crisi e passare al contrattacco

CALENDARIO
23 Febbraio 2012

DURATA
8 ore

ORARI
9.00 – 13.00 / 14.30 - 18.30

SEDE
Assoform Rimini, via IV Novembre, 37 - Rimini

DOCENTE
Dr. Luca Farnetani, Consulente di Direzione

DESTINATARI
Imprenditori e Dirigenti di azienda che hanno la responsabilità di organizzare e gestire l'azienda. Operatori aziendali con il compito di relazionare al titolare o al management sulle opportunità di miglioramento gestionale.

PREREQUISITI
Per la migliore comprensione dei temi trattati nel corso è sufficiente una conoscenza di base delle problematiche generali dell'azienda. Anche coloro i quali non hanno alcuna conoscenza di queste problematiche potranno comunque acquisire competenze di base.

CERTIFICAZIONE RILASCIATA
Attestato di frequenza

Quote Associati
1 partecipante € 245,00 + IVA
2 partecipanti € 440,00 + IVA

Quote Non Associati
1 partecipante € 295,00 + IVA
2 partecipanti € 540,00 + IVA

L'azienda deve oggi fronteggiare una sfida alla sua stessa sopravvivenza. Ma la crisi se adeguatamente affrontata e gestita, potrà anche essere occasione per lo sviluppo dell'azienda stessa, per il suo potenziamento e la sua affermazione nel mercato. La differenza sta nel ripensarsi, rimettersi in discussione, adeguarsi e modificarsi con velocità, professionalità e con la lucida chiarezza di cosa si deve fare e dove si vuole arrivare

OBIETTIVI

Guidare l'azienda verso il proprio traguardo: verrà identificato il traguardo strategico da raggiungere e le modalità con cui organizzare l'azienda per conseguirlo. Analizzare le aree aziendali: da come capire se si lavora in modo efficiente a come determinare i prezzi. Come affrontare il mercato attuale, presentandosi ai clienti e superando i concorrenti.

PROGRAMMA

- 1) **La prima leva per superare la crisi: strategia e organizzazione:**
 - Comprendere la crisi e percepirne le opportunità.
 - Adeguare la strategia alla turbolenza.
 - Riorganizzare l'azienda rendendola reattiva ai cambiamenti improvvisi.
 - Innovazione, immaginazione, flessibilità, aggressività: cambiare insieme all'ambiente.
 - Motivare e gestire i collaboratori affinché partecipino alla battaglia.
- 2) **La seconda leva per superare la crisi: efficienza, costi e prezzi:**
 - Riorganizzare la propria struttura dei costi.
 - Analisi per decisioni in tempi di crisi.
 - Impostare prezzi adeguati alle situazioni.
 - Confrontarsi con i concorrenti a basso prezzo.
- 3) **La terza leva per superare la crisi: marketing e comunicazione:**
 - Capire l'ambiente esterno: clienti, concorrenti, fornitori.
 - Inserirsi nel gioco da vincenti: strategie orientali e occidentali.
 - Competere con successo con i concorrenti.
 - Capire, adeguarsi e comunicare con lucidità e velocità.

CIGNI NERI E PACHIDERMI ROSA:

La nuova cultura delle analisi previsionali sull'improbabile

CALENDARIO
1 Marzo 2012

DURATA
8 ore

ORARI
9.00 – 13.00 / 14.30 - 18.30

SEDE
Assoform Rimini, via IV Novembre, 37 - Rimini

DOCENTE
Dr. Renato Orlandi, Marco Redaelli & Associati srl

DESTINATARI
Tutti coloro i quali debbano definire progetti in ambito di gestione aziendale

CERTIFICAZIONE RILASCIATA
Attestato di frequenza

Quote Associati
1 partecipante € 245,00 + IVA
2 partecipanti € 440,00 + IVA

Quote Non Associati
1 partecipante € 295,00 + IVA
2 partecipanti € 540,00 + IVA

OBIETTIVI

Costruire una nuova cultura che sappia utilizzare le situazioni che si generano dal verificarsi dell'improbabile e questo può accadere se l'approccio si fonda sui processi gestionali che consentono di risolvere problemi che non hanno ancora una soluzione codificata.

Approfondire i processi ed il *project management* sia in ambito percettivo che economico-sociale che cognitivo.

Ciò consentirà di avviare un percorso sistemico e progettuale (visione di futuro e conseguenti impegni operativi!) che possa alzare la probabilità di previsioni e rischi accettabili (accettabili!), nell'ambito sia operativo (processi) che di innovazione di prodotto che di gestione dei collaboratori.

PROGRAMMA

- Gestione per processi (dall'MBI; all'MBO all'MBL).
- Project Management e matricialità (dalle *Gaussiane* alle *Poissoniane*).
- Creatività ed innovazione.
- Gestione dei collaboratori (dalla delega all'*empowerment* diffuso).

CALENDARIO
2, 9, 16 Marzo 2012

DURATA
12 ore

ORARI
9.00 – 13.00

SEDE
Assoform Rimini, via IV Novembre, 37 - Rimini

DOCENTE
Dr. Cinzia Olivieri, Consulente di Direzione

DESTINATARI
Imprenditori, Direttori generali, Direttori Marketing e Vendite, Dirigenti, Quadri, Funzionari e Capireparto

CERTIFICAZIONE RILASCIATA
Attestato di frequenza

Quote Associati
1 partecipante € 180,00 + IVA
2 partecipanti € 310,00 + IVA

Quote Non Associati
1 partecipante € 230,00 + IVA
2 partecipanti € 410,00 + IVA

OBIETTIVI

Incrementare il rendimento personale.
Godere di maggior libertà.
Gestire gli impegni e organizzare le informazioni. Valutare le priorità in maniera efficace ed eliminare le ansie per impegni troppo urgenti.
Non contare il tempo, ma far contare il tempo.
Creare gli strumenti di supporto per riuscire a fare ciò che è importante per te e per la tua organizzazione.

PROGRAMMA

- Time **management**: come la gestione del tempo influenza la nostra vita e i nostri risultati.
- Pregi e difetti di varie tecniche di gestione del tempo. Impegni o interessi? .
- Come si organizza il tempo per priorità.
- La gestione del tempo che tiene in considerazione anche i valori personali (gestione del tempo di 4' generazione).
- **La tecnica GTD** (*getting things done*) e la **tecnica DIT** (*do it tomorrow*) a confronto.
- Ogni cosa ha la sua stagione: in che stagione stai vivendo? .
- Trucchi, segreti e tattiche avanzate per una buona riuscita della gestione del tempo.

SCEGLIERE COME E CON CHI DECIDERE: L'albero delle decisioni strategiche

CALENDARIO
6 Marzo 2012

DURATA
8 ore

ORARI
9.00 – 13.00 / 14.30 - 18.30

SEDE
Assoform Rimini, via IV Novembre, 37 - Rimini

DOCENTE
Dr. Marco GALLERI, Consulente di Direzione

DESTINATARI
Imprenditori, dirigenti e quadri di qualunque settore

CERTIFICAZIONE RILASCIATA
Attestato di frequenza

Quote Associati:
1 partecipante € 200,00 + IVA
2 partecipanti € 365,00 + IVA

Quote Non Associati
1 partecipante € 250,00 + IVA
2 partecipanti € 450,00 + IVA

OBIETTIVI

Fornire un metodo per migliorare la qualità delle decisioni mediante l'individuazione di uno stile decisionale ottimale.
Accelerare il processo decisionale riducendo la partecipazione dei dipendenti alle decisioni solo quando è strettamente necessario.

PROGRAMMA

- La strategia decisionale deve adattarsi alla situazione.
- Stili individuali.
- Metodo razionale.
- Stili partecipativi.
- Tipo e portata del coinvolgimento del personale.
- Quando delegare una decisione.
- Quando tenere una riunione per discuterne.
- Quando prenderla senza coinvolgere lo staff.
- Sette domande chiave.
- L'albero delle decisioni strategiche.
- Esercitazione.
- Metodi integrativi.
- Riepilogo.

LE STRATEGIE PER I MERCATI IN DECLINO: Alternative praticabili nei mercati concorrenziali sovraffollati

CALENDARIO
7 Marzo 2012

DURATA
8 ore

ORARI
9.00 – 13.00 / 14.30 - 18.30

SEDE
Assoform Rimini, via IV Novembre, 37 - Rimini

DOCENTE
Dr. Marco GALLERI, Consulente di Direzione

DESTINATARI
Imprenditori e dirigenti

CERTIFICAZIONE RILASCIATA
Attestato di frequenza

Quote Associati:
1 partecipante € 200,00 + IVA
2 partecipanti € 365,00 + IVA

Quote Non Associati
1 partecipante € 250,00 + IVA
2 partecipanti € 450,00 + IVA

OBIETTIVI

Fornire un metodo per individuare la strategia adatta a un'azienda in un mercato in declino, con particolare riferimento ai settori sovraffollati e altamente concorrenziali.

PROGRAMMA

- Il modello di *Harrigan e Porter*.
- Analisi della struttura del settore.
- Tipi di fasi di declino del prodotto e del settore.
- Analisi dei punti di forza competitivi e delle sacche di domanda restanti.
- La matrice degli "ultimi che restano".
- Scegliere la strategia adatta.
- Esercitazione.
- Metodi integrativi.
- Riepilogo.

CALENDARIO

8 Marzo 2012

DURATA

8 ore

ORARI

9.00 – 13.00 / 14.30 - 18.30

SEDE

Assoform Rimini, via IV Novembre, 37 - Rimini

DOCENTE

Dr. Marco GALLERI, Consulente di Direzione

DESTINATARI

Dirigenti commerciali.

CERTIFICAZIONE RILASCIATA

Attestato di frequenza

Quote Associati

1 partecipante € 200,00 + IVA

2 partecipanti € 365,00 + IVA

Quote Non Associati

1 partecipante € 250,00 + IVA

2 partecipanti € 450,00 + IVA

OBIETTIVI

Fornire un metodo per collegare la strategia al mercato.

La matrice serve per individuare le implicazioni e si può usare per creare una strategia e per rivedere quelle già identificate.

PROGRAMMA

- La matrice di Cravens.
- Identificare fra le cinque situazioni strategiche quella della propria azienda e prodotto.
- Sviluppo, controllo e selettività del mercato.
- Il vantaggio indifferenziato.
- La situazione più difficile, come agire. - Tattiche da adottare per le diverse strategie.
- Posizione competitiva.
- Sviluppo di nuovi prodotti.
- Segmentazione e marketing orientato.
- Posizionamento del prodotto.
- Vendite e miglioramento della produttività.
- Acquisizione o fusione.
- Realizzazione di profitti a breve.
- Disinvestimento.
- Esercitazione.
- Metodi integrativi.
- Riepilogo.

COME INTRODURRE LE INNOVAZIONI IN AZIENDA: Essere d'esempio per rendersi credibili

CALENDARIO

22 Marzo 2012

DURATA

8 ore

ORARI

9.00 – 13.00 / 14.30 - 18.30

SEDE

Assoform Rimini, via IV Novembre, 37 - Rimini

DOCENTE

Dr. Marco GALLERI, Consulente di Direzione

DESTINATARI

Imprenditori e dirigenti

CERTIFICAZIONE RILASCIATA

Attestato di frequenza

Quote Associati

1 partecipante € 200,00 + IVA

2 partecipanti € 365,00 + IVA

Quote Non Associati

1 partecipante € 250,00 + IVA

2 partecipanti € 450,00 + IVA

OBIETTIVI

Fornire un metodo per la messa in pratica di una strategia, assicurando il sostegno dell'organizzazione al nuovo programma.

È utile per superare i problemi nell'esecuzione di direttive, specialmente quelle che richiedono di adottare una nuova filosofia.

PROGRAMMA

- Difficoltà tipiche nel far adottare la mentalità della qualità e dell'eccellenza.
- Lo status quo.
- Necessità di un segnale forte: le regole sono mutate.
- Un modello generale pragmatico per l'analisi della leadership.
- La leadership con l'esempio.
- Il tempo necessario.
- Consenso e repressione.
- Le promozioni.
- Le tecniche persuasive.
- L'enfasi comunicativa: memoranda, annunci, riunioni.
- Revisione delle politiche.
- Verifica della coerenza delle procedure.
- Esercitazione.
- Riepilogo.

GESTIONE DELLA COMPLESSITÀ: Project e Risk Management

CALENDARIO

21, 28 Giugno 2012

5 Luglio 2012

DURATA

24 ore

ORARI

9.00 – 13.00 / 14.30 - 18.30

SEDE

Assoform Rimini, via IV Novembre, 37 - Rimini

DOCENTE

Dr. Renato Orlando, Marco Redaelli & Associati srl

DESTINATARI

Tutti coloro i quali debbano definire progetti in ambito di gestione aziendale

CERTIFICAZIONE RILASCIATA

Attestato di frequenza

Quote Associati

1 partecipante € 245,00 + IVA

2 partecipanti € 440,00 + IVA

Quote Non Associati

1 partecipante € 295,00 + IVA

2 partecipanti € 540,00 + IVA

La crescente complessità richiede l'adozione di strumenti articolati e sofisticati che permettano di pianificare e tenere sotto controllo le attività aziendali.

Tra questi, il project ed il *Risk Management*, nati in ambiti specifici, si sono evoluti e sono diventati strumenti indispensabili per la gestione dell'azienda.

OBIETTIVI

Trasferire le principali metodologie del project e *Risk Management* applicate in azienda.

PROGRAMMA

Definizione e Concetti di Base:

- Gli scenari e loro evoluzione.
- Processi e Progetti - Ciclo di vita dei progetti.
- Relazione tra *Project* e *Risk Management*.
- Ruolo del *Project Leader*.
- Approccio alla Pianificazione di un Progetto - Scomposizione di un Progetto: WBS.
- Modelli Organizzativi: Organizzazione Funzionale e Organizzazione a Matrice.

Pianificazione di un Progetto:

- Identificazione dei *Work Package*.
- Definizione delle attività - Allocazione delle risorse - Determinazione della durata delle attività.
- Schedulazione.
- Diagrammi di Gant - Diagrammi Reticolari.
- Pianificazione al più tardi e al più presto, Vincoli e Percorso Critico

Risk Management:

- Identificazione, Analisi dei rischi: "pensare in Negativo" per costruire il Positivo - Valutazione e Controllo dei Rischi.