

## ANALISI DI POSIZIONAMENTO STRATEGICO (2GG)

### **Obiettivi del corso:**

*Acquisire metodo e modelli per individuare le criticità e le potenzialità di crescita o ristrutturazione dell'azienda e pianificare con la necessaria confidenza i passi futuri di miglioramento e crescita.*

### **Metodologia didattica:**

*Si tratta di una metodologia di formazione interattiva e dinamica, metodologia esperienziale.*

*Non si può trasmettere l'azione che attraverso dei "laboratori / palestre" che coniughino dinamiche di gruppo e lavori individuali sulla "vita professionale reale": i partecipanti al corso di formazione non ascoltano e basta, devono lavorare attivamente.*

*Questi laboratori devono essere al servizio di ogni partecipante: aiutarlo a formulare i suoi obiettivi di crescita, metterlo in una posizione attiva per apprendere "sulla sua pelle", aiutarlo a partire dalla sua esperienza a tornare sull'esperienza stessa e a formulare il suo piano d'azione.*

*I nostri metodi didattici ci permettono di ottenere un'acquisizione più rapida del sapere, una maggiore memorizzazione e soprattutto una motivazione accresciuta dall'attuazione pratica sul campo.*

*La metodologia di formazione interattiva e basata su casi pratici tratti dalle specifiche realtà aziendali, è in grado di assicurare il cambiamento dei comportamenti di lavoro.*

*L'adattamento delle regole base ad ogni realtà personale ed aziendale, facilita l'inserimento sui comportamenti che ciascuno adotta. Lo stile di animazione è vivace e partecipativo con molti esercizi pratici e tecniche facili da usare immediatamente.*

### **Argomenti del corso:**

## ***ANALISI DI POSIZIONAMENTO STRATEGICO (2gg)***

---

#### ✂ I principi della gestione sistematica d'impresa:

- la logica di processo aziendale
- la misurazione: indicatori strategici e fisici
- il ciclo pianificazione – controllo – correzione degli scostamenti

#### ✂ Finalità e punti cardinali dell'Analisi (cliente/mercato; concorrenza; profilo aziendale; fornitori);

#### ✂ Le variabili oggetto dell'Analisi (identificazione, ruolo e importanza);

#### ✂ Fasi dell'Analisi (rilevazione, best practices, confronto, diagnosi);

#### ✂ Metodi (analisi dei passi e dei requisiti) di esecuzione per:

- Analisi di mercato (identificazione dei driver, segmentazione di mercato)
- Profilazione del Cliente e Benchmark della concorrenza
- Analisi dei processi: ottimizzazione attività e flussi (cenni)
- Analisi dei sistemi informativi (quadro)
- Idoneità del management e valutazione delle risorse umane

- Punti di forza e debolezza dell'azienda
- Analisi di bilancio (i principali indicatori)
- Redditività delle linee di prodotto (business unit)
- Analisi economico-finanziaria (strumenti chiave)
- Strumenti di pianificazione strategica (portafoglio, matrice strategica per business unit)

✦ Individuazione delle azioni specifiche di cambiamento;

✦ Il Piano Personale di Miglioramento: costruire un piano d'azione concreto per lavorare sulle proprie aree di miglioramento individuate durante il corso di formazione:

- cosa voglio continuare a fare?
  - cosa voglio evitare?
  - cosa voglio iniziare a fare?
-