

STRATEGIA AZIENDALE

Il processo per crescere



**CONSULENZA
E RISORSE**

a cura di Antonio Finocchi





INDICE

Il punto di partenza è la volontà di cambiare	03
Cosa si intende per strategia?	04
I 5 Fattori	07
Tutto questo è strategia?	19
Detta così sembra facile, lo è davvero?	21



Il punto di partenza è la volontà di cambiare.

“Non è la più forte delle specie né la più intelligente che sopravvive, bensì quella più reattiva al cambiamento.” (C. Darwin)

Gli imprenditori vivono oggi un momento molto particolare.

Le crisi economiche, politiche, sociali sono cicliche ed ognuna lascia un segno.

L'unico modo per emergere, in una realtà in continuo mutamento, **è cambiare.**

“L'unica cosa costante nella vita è il cambiamento.” (Eraclito)



Cosa si intende per strategia?

Dal vocabolario.

Strategia: la tecnica di individuare gli obiettivi generali e finali di un settore di operazioni, di elaborare le linee di azione, predisponendo i mezzi per conseguire i risultati più favorevoli con il minor sacrificio possibile.

Riportando all'Azienda, cosa **NON è la strategia**:

- **NON è la mission aziendale**, per mission si intendono gli obiettivi a lungo termine
- **NON è la rete di valore**, che racchiude tutti i portatori di interesse di un'azienda (fornitori, clienti, dipendenti e investitori tramite i quali l'azienda co-crea e acquisisce valore economico);
- **NON è la vision**, intesa come una sorta di ritratto ispiratore di ciò che l'azienda potrà diventare in futuro, perseguendo mission e obiettivi.

Tuttavia tutti questi elementi concorrono a sviluppare la strategia che riguarda il modo in cui le risorse dovrebbero essere allocate per portare a termine la mission nel contesto della rete di valori.

La **strategia aziendale** è quindi un piano di lavoro costruito per raggiungere la vision, dando priorità agli obiettivi e ottimizzando le prestazioni finanziarie attraverso un modello di business.

Ma come si costruisce una strategia aziendale?



E' possibile evidenziare **cinque step**:

1. Definire la mission e la vision che costituiscono l'identità aziendale e i suoi obiettivi a breve, medio e lungo termine.
2. Individuare gli obiettivi di primo livello, quelli più importanti e spiegare nel dettaglio come si intende raggiungerli (es. il modo in cui possono essere incrementati i guadagni)
3. Pianificare le mosse da mettere in atto definendo:
 - un piano di attacco (ossia approccio generale che possa differenziare l'azienda e le sue offerte dalla concorrenza
 - Il mercato su cui concentrare la propria attività focalizzandosi sulla differenziazione dei prodotti, cercando punti di forza da valorizzare rispetto ai prodotti della concorrenza, oppure sulla leadership del costo (utile in questo caso la SWOT analisi, una matrice che analizza punti di forza, di debolezza, opportunità e minacce per un'impresa).
4. Verificare il funzionamento della strategia sviluppando un modello di business e considerando tutti gli aspetti esaminati in fase di pianificazione
5. Costruire il quadro strategico complessivo, che include anche strategie di secondo livello che interagiscono con la prima.

Spesso le aziende sono costruite sulla sabbia disattendendo le più elementari regole di gestione aziendale, tanto semplici quanto essenziali, per dare vita ad un'azienda forte e capace di affrontare i cambiamenti.

"A goal without a plan is just a wish".

continua...



CONSULENZA E RISORSE

info@consulenzaerisorse.it
P.IVA IT02093620686

MILANO

SEDE LEGALE E OPERATIVA

Viale Gran Sasso, 11

20131 Milano

Tel. +39 02 40702009

PESCARA

SEDE OPERATIVA

Via A. Caldora, 4

65125 Pescara

Tel. +39 085 9561670

Il nostro Sito



Il nostro
Company Profile



Il nostro Video

