

CONNECTARE

Uomini, Aziende, Valore

www.connectare.it - info@connectare.it

Settore azienda	Illuminarie e decorazioni	Trattamenti superficiali metalliche	Negozi arredobagno e ferramenta	Realizzazione impianti elettrici complessi	Realizzazione abbigliamento moda	Vendita apparecchiature analisi cliniche	Supermercato di quartiere	Officina meccanica	Catering ed eventi	Lavorazione e distribuzione carni	Vendita dispositivi di sicurezza	Commercializzazione prodotti ittici	Concessionaria piattaforme aeree	Negozi calzature e pelletteria	Campeggio e intrattenimento
Composizione azienda	2 titolari 20 collaboratori	2 titolari 55 collaboratori	3 titolari 12 collaboratori	3 titolari 15 collaboratori	3 titolari 43 collaboratori	Titolare unico 14 collaboratori	4 titolari 32 collaboratori	2 titolari 21 collaboratori	3 titolari 70 collaboratori	Titolare unico 14 collaboratori	2 titolari 44 collaboratori	2 titolari 15 collaboratori	Titolare unico 23 collaboratori	2 titolari 16 collaboratori	Titolare unico 20 collaboratori
Risultati raggiunti dopo 12 mesi	Abbassamento dello stress; Maggior collaborazione interna; Risultati aziendali in crescita	Prezzi calcolati sulla base dei costi effettivi; Diminuzione dei costi di produzione	Miglioramento delle vendite e dei margini complessivi; Entusiasmo dei titolari; Miglioramento della qualità di vita	Aumento del numero di clienti; Clima lavorativo più sereno	Aumento della conoscenza tecnica e della collaborazione a tutti i livelli; Acquisizione di nuovi clienti	Condivisione del piano di sviluppo; Maggiore armonia nell'organizzazione e tra soci	Aumento della redditività a parità di fatturato	Aumento della redditività complessiva a seguito di decisioni di vendita più consapevoli	Aumento motivazione e consapevolezza dei titolari; Ridimensionamento delle aspettative del personale e aumento della loro motivazione in linea alle loro capacità	Aumento della consapevolezza e delle capacità dell'imprenditore; Organizzazione stabilizzata; Alternative commerciali da percorrere	Scelta di focalizzazione rispetto alla soddisfazione delle esigenze di tutti i potenziali clienti	Diminuzione del rischio commerciale con l'aumento di clienti; Aumento della marginalità complessiva	Miglioramento del clima aziendale; Migliori performance tra ordini evasi e offerte emesse	Aumento graduale del fatturato e dei margini	Squadra di lavoro più coesa e allineata su obiettivi e azioni da intraprendere
Processo di lavoro attuato con l'azienda	1) Obiettivi e piano condivisi 2) Competenze e responsabilità 3) Riunioni programmate	1) Costistica e risultati sotto controllo 2) Avviate politiche di risparmio su processi e fornitori 3) Definizione di nuove opportunità	1) Analisi mercato e definizione strategia 2) Definizione ruoli 3) tecniche di gestione del tempo	1) Studio delle marginalità di commessa 2) Piano acquisizione nuovi clienti 3) Definizione responsabilità dei soci	1) Definizione di una strategia di medio lungo periodo 2) Costituzione di livelli intermedi nell'organizzazione 3) Sistema formativo e premiante	1) Definizione chiara dei ruoli e delle responsabilità 2) Convergenza su attività da sviluppare a livello strategico 3) Tecniche di comunicazione nelle riunioni	1) Category marketing 2) Rinnovo e semplificazione prodotti 3) Controllo vendite	Implementazione del Controllo di Gestione per settore	1) Definizione della strategia aziendale di medio termine 2) Strumenti di controllo economico e di gestione dell'organizzazione, per i titolari 3) Controllo delle marginalità dei prodotti	1) Identificazione ruoli chiave per l'organizzazione 2) Assegnazione ruoli e obiettivi condivisi 3) Strumenti per il controllo e la gestione dell'azienda per il titolare 4) Azioni commerciali prioritarie	1) Piano di sviluppo dell'azienda 2) Monitoraggio periodico dei risultati rispetto al budget 3) Organizzazione chiara che punta a obiettivi dichiarati	1) Piano commerciale, con allargamento di bacino geografico 2) Studio marginalità dei prodotti, alternative da fornitori, scelte di prodotti su cui puntare o da non servire più	1) Piano di comunicazione aziendale 2) Mansioni e responsabilità 3) Piano di sviluppo e controllo	1) Identificazione dei valori offerti ai clienti rispetto alla concorrenza 2) Focalizzazione su determinati target di clientela, allargamento geografico 3) Coerenza marchio-servizio-prodotti	1) Identificazione della strategia futura 2) Incontri programmati con il personale per sviluppo piani e comunicazione interna 3) Tecniche per identificare personale in linea con la visione imprenditoriale
Problema identificato dall'imprenditore	Incompatibilità tra soci	Scarsa conoscenza dei costi di produzione	Concorrenza aggressiva e riduzione dei margini, bassa motivazione dei titolari	Passaggio generazionale, gestione abitudinaria del business	Rischio commerciale monoclente	Divergenze di sviluppo aziendale tra soci	Redditività non soddisfacente	Costi di produzione fuori controllo	Mancanza redditività, gestione familiare del business	Diminuzione della redditività, personale molto insoddisfatto	La struttura dell'azienda non riesce a soddisfare il mercato in espansione	Diminuzione della redditività, profonda insoddisfazione titolari	Scarsa redditività, demotivazione del titolare	Crisi del mercato, diminuzione dei risultati aziendali	Scarsa collaborazione del personale rispetto allo sviluppo dell'azienda