

1.VERIFICA CONSUMI ENERGETICI

Nel 2007 si è completata la liberalizzazione del mercato elettrico.

In tale prospettiva le imprese hanno la possibilità di concordare con il fornitore elettrico i propri profili di consumo e di personalizzare il proprio contratto.

E' necessario, quindi che siano consapevoli del proprio profilo di prelievo per allinearsi agli impegni di consumo concordati con il fornitore.

I vantaggi per l'utente sono riconducibili ad una riduzione del costo del servizio elettrico e al miglioramento dei livelli qualitativi del servizio stesso.

Il sistema elettrico nazionale consegue una riduzione del capitale investito, oltre che un restringimento dell'uso di combustibili critici (riduzione delle emissioni in atmosfera derivanti dall'utilizzo del calore e dell'energia da parte delle strutture servite).

Senza alcun dubbio la gestione dei carichi elettrici incide positivamente sulla salvaguardia ambientale riducendo significativamente le immissioni inquinanti.

OBIETTIVI

- individuare le soluzioni più idonee alle esigenze e alle problematiche di gestione energetica dell'azienda;
- prevedere e pianificare i consumi energetici per gestire al meglio la flessibilità della soluzione contrattuale scelta
- implementare progetti aziendali di risparmio energetico
- promuovere l'efficienza energetica negli usi finali (produzione/servizi).
- Creare la figura del responsabile per la conservazione e l'uso razionale dell'energia: l'Energy manager

JOINT VENTURE

Il contratto di Joint Venture è un accordo di collaborazione tra due o più imprese, che, pur mantenendo la propria indipendenza giuridica, necessitano di collaborare per la realizzazione di un progetto di natura industriale o commerciale. Tale collaborazione prevederà l'utilizzo sinergico delle risorse portate dalle singole imprese partecipanti, nonché un'equa suddivisione dei rischi legati all'investimento.

Gli accordi di Joint Venture possono essere di due tipi:

1 Contrattuale;

2 Societario.

Il contrattuale è un accordo fra le parti teso alla realizzazione di un'iniziativa comune ed al successivo riparto degli utili conseguiti o delle perdite.

Il societario si caratterizza per la disciplina dell'attività della società mista, il rapporto fra i soci e la ripartizione degli utili.

OBIETTIVI

- inserirsi sui nuovi mercati
- decentrare la produzione in altri Paesi, nell'ottica di aumentare la competitività della propria azienda sui mercati di riferimento
- ricorrere ad una struttura di vendita che curi direttamente la distribuzione commerciale,
- far fronte a svariate problematiche che rischiano di minacciare e rallentare lo sviluppo di nuovi mercati.

ELABORAZIONE PIANI DI FATTIBILITA'

La consulenza tecnica su di un progetto, o studio di fattibilità, o, più comunemente business plan, è molto di più della realizzazione di un documento che "bisogna fare" per ottenere le risorse necessarie a finanziare un progetto. Rappresenta a tutti gli effetti, un momento fondamentale per comprendere la reale validità delle proprie idee e per misurarsi, in concreto, con i mercati di riferimento.

La consulenza tecnica su progetto dota il neo-imprenditore, delle seguenti capacità:

- identificare il mercato di riferimento all'interno del quale collocare i propri prodotti/servizi;
- definire le specifiche caratteristiche del prodotto/servizio;
- prevedere i flussi finanziari (cash-flow) che l'iniziativa sarà in grado di generare;
- definire le procedure e i metodi più opportuni;
- assorbire al proprio interno un management preparato in grado di fare decollare l'attività.

OBIETTIVI

L'efficacia operativa di un business plan redatto in modo appropriato è quella di fornire il maggior numero di risposte possibili a qualsivoglia lettore del documento stesso, poiché chiunque ne abbia interesse (più specificatamente eventuali investitori, o fornitori potenziali, etc.) cercherà sempre di individuare e di mettere in evidenza i punti di forza e di debolezza del progetto, le minacce che su di esso incombono, nonché le opportunità che esso ha di svilupparsi.

Attraverso tale strumento operativo, dunque, il management:

- identifica l'area di business e la relativa strategia di penetrazione;
- riceve le risposte sul futuro dell'azienda.
- Realizzare partnership e joint ventures in Italia e all'estero per il raggiungimento di nuovi mercati di riferimento, per realizzare economie di scala e contenere i costi, per sviluppare una flessibilità che consenta il prolungamento del ciclo di vita di impianti e macchinari.

RISTRUTTURAZIONI AZIENDALI

Per sostenere ed aiutare l'imprenditore nel difficile sforzo verso il rinnovamento, specialmente nei momenti in cui si sente impreparato ad affrontare situazioni di crisi aziendale è necessario fornirgli un supporto metodologico e operativo. La riorganizzazione può rappresentare un passo coraggioso per sfruttare migliori opportunità onde evitare di incorrere in una ristrutturazione 'forzosa'.

La crisi economica e finanziaria, infatti, può mettere seriamente a rischio anni di sforzi degli imprenditori che vedono una progressiva riduzione dei margini, una crescente difficoltà nella riscossione dei propri crediti, una limitazione della disponibilità delle banche alla concessione del credito. Bisogna anche tenere presente che oggi i Clienti chiedono sempre più frequentemente una diminuzione del prezzo, una drastica riduzione dei tempi di consegna, manifestando, inoltre, una crescente intolleranza verso i problemi di qualità e di servizio.

OBIETTIVI

- Valutare la condizione di salute dell'azienda migliorando la sua capacità di reazione in presenza di eventuali momenti di crisi;
- Affrontare eventuali flessioni delle vendite e la conseguente riduzione dei profitti, diagnosticando e risolvendo rapidamente le problematiche e le inefficienze;
- Ristrutturare aree aziendali poco efficienti e riorganizzare le reti di vendita;
- Semplificare strutture aziendali complesse;
- Monitorare i costi di produzione e selezionare i fornitori ideali;
- Valutare le inefficienze interne e riprogettando i processi, analizzando i costi aziendali, i tassi di rotazione delle merci in magazzino, l'organizzazione delle risorse umane.
- Individuare nuovi business, nuovi mercati, nuovi posizionamenti nel settore di riferimento.

ORGANIZZAZIONE PROCESSI AZIENDALI

L'organizzazione ed integrazione dei processi aziendali è quello strumento che consente di ristrutturare il "sistema azienda", attraverso la ricerca e la definizione di soluzioni organizzative "su misura".

Organizzare il suo funzionamento ottimale e attribuire le risorse, umane e finanziarie, necessarie a creare al suo interno condizioni di massima efficienza, consente all'azienda di dotarsi delle seguenti caratteristiche essenziali, presenti in ogni forma di organizzazione innovativa:

- pianificazione del lavoro, orientata ad una logica di "time-based management" che potenzia le capacità di risposta aziendali, attraverso la ripartizione dei centri decisionali e delle responsabilità secondo un criterio di "perseguimento degli obiettivi";
- interazione del management, attraverso il coordinamento di tali centri decisionali finalizzato alla trasmissione delle informazioni e alla condivisione degli obiettivi;
- flessibilità del personale, attraverso l'interscambiabilità di ruoli per funzione e per obiettivi, secondo un criterio di trasferimento delle competenze.

OBIETTIVI

Il piano di riorganizzazione ed integrazione dei processi aziendali permette all'azienda di dotarsi di un modello organizzativo integrato, di una struttura interna, cioè, differenziata e orientata ad una logica di creazione del valore d'impresa.

Attraverso il perfezionamento dei ruoli e delle funzioni, finalizzato al coordinamento strategico dei processi produttivi e commerciali, il management:

- confronta i tempi di produzione: il coordinamento degli stessi consente, da un lato, di analizzare eventuali situazioni di “squilibrio produttivo” che possono ostacolare o impedire l'elaborazione dei piani produttivi globali e, dall'altro, di ridurre i cosiddetti “tempi morti” di produzione;
- coordina lo sviluppo delle aree di prodotto: lo scambio di informazioni a livello direzionale, permette di portare eventuali problemi ad un grado di conoscenza superiore, migliorando così le procedure di problem – solving.

La riorganizzazione dei processi aziendali, dunque, rappresenta uno strumento essenziale della gestione che, adeguatamente utilizzato all'interno dell'azienda, consente, da un lato, di razionalizzare tempi e costi, e dall'altro, di aumentare la produttività del capitale umano investito.

ORGANIZZAZIONE PROCESSI PRODUTTIVI

La riorganizzazione dell'attività produttiva è rivolta all'analisi e modifica del ciclo e degli elementi del sistema di produzione:

input (materiali, moduli di documentazione, clienti) sottoposti a trattamenti attraverso una serie di operazioni sequenziali più o meno numerose (es. di montaggio, di collaudo, di contatto con il personale);
output (prodotti finiti e servizi).

Un sistema rigidamente strutturato e monoscopo non può essere reattivo negli scenari competitivi che si alternano. Tale configurazione è destinata ad una rapida obsolescenza e a determinare l'uscita dell'impresa dal mercato.

La riorganizzazione del sistema produttivo e la sua relativa flessibilità sono, quindi, fondamentali.

Tale strumento tende ad ottimizzare l'impiego dei fattori di produzione, attraverso tre attività:

- standardizzazione dei processi produttivi;
- specializzazione del personale;
- flessibilità del personale.

E' realizzata al fine di fronteggiare nuove o mutate esigenze aziendali, tra cui:

- l'ampliamento della capacità produttiva;
- la modifica di uno o più fattori del processo produttivo;
- il cambiamento di attività.

OBIETTIVI

- La riorganizzazione dei processi produttivi permette al management aziendale di raggiungere l'efficienza aziendale attraverso:
 - la razionalizzazione delle risorse e la riduzione dei costi;
 - la suddivisione dei compiti e l'ottimizzazione dei tempi di esecuzione delle attività aziendali;
 - il controllo delle scorte e della produzione;
 - l'affidabilità del sistema.

2. Organizzazione flussi comunicativi “PROCEDURE INTERNE”

- La riorganizzazione delle procedure interne e lavoro d'ufficio è una “tecnica analitica”, che definisce un complesso di modalità e procedure applicate all'interno di una struttura lavorativa al fine di razionalizzare e quindi migliorare la produttività del personale impiegato. Il flusso di lavoro, il percorso, cioè, attraverso il quale viene esercitata una determinata attività, viene scomposto in fasi elementari e, per ognuna delle fasi, è possibile identificare l'insieme delle risorse necessarie in termini di attrezzature e personale. L'analisi dei flussi interni tra le varie aree o reparti tende a verificare il perfetto collegamento ed il tempestivo funzionamento degli uffici e dei servizi.

OBIETTIVI

- Attraverso la riorganizzazione delle procedure interne e del lavoro d'ufficio, il management aziendale individua ed elimina sacche di inefficienza e di sprechi, con conseguente:
- ottimizzazione delle risorse;
- corretta ed equilibrata distribuzione dei carichi di lavoro per operatore ed ufficio;
- precisa attribuzione delle competenze specifiche e delle relative responsabilità;
- riduzione dei costi di gestione.

CONTATTI CON FORNITORI

Il piano di sviluppo contatti con potenziali fornitori/clienti permette di definire ed attuare strategie mirate nell'ambito della gestione delle relazioni con l'ambiente esterno all'azienda.

Le capacità relazionali con potenziali fornitori, complementari alla tradizionale gamma di fornitori acquisiti, consentono all'impresa di creare delle interazioni in rete che aumentano il suo potere contrattuale:

particolare attenzione deve essere, di fatto, posta sulla possibilità che l'azienda ha, in qualità di cliente, di penalizzare il fornitore in caso di mancato rispetto del contratto, in termini di qualità del prodotto, tempi di consegna, condizioni di pagamento, etc.

Tale penalizzazione, infatti, sarà tanto più forte quanto maggiori sono le alternative dell'azienda di trovare altri fornitori.

Le capacità relazionali con potenziali clienti, consentono all'impresa di programmare delle azioni strategiche nel medio/lungo periodo:

particolare attenzione deve essere, di fatto, posta sulla capacità di spostare e adattare la produzione verso ciò che richiederà il mercato.

Tale flessibilità, infatti, sarà tanto più realizzabile quanto maggiore è la capacità di instaurare delle sinergie ex ante con tale mercato potenziale.

OBIETTIVI

- Attraverso il piano di sviluppo contatti con potenziali fornitori/clienti, il management:
- pianifica e ottimizza una serie di attività aziendali, preposte più specificatamente alla funzione di approvvigionamento e di commercializzazione, finalizzate a gestire in modo efficiente e a migliorare i rapporti con i soggetti che operano all'esterno dell'azienda.
- Se adeguatamente attuato, tale piano permetterà all'azienda di creare una rete di relazioni ben organizzata di fornitori e di clienti, con determinate caratteristiche e potenzialità, al fine di disporre di una struttura aziendale capace di conquistare una posizione competitiva, mantenerla e migliorarla nel medio-lungo periodo.

