



Le passate newsletter

Scarica brochure SC in pdf	>
Chi siamo	>
L'approccio	>
Casi risolti	>
Contatti	>
Cancellami definitivamente	>

Newsletter

N. 3 Anno 2008

Scarica versione stampabile (pdf)



Riduzione costi analisi e riflessioni

Egregio Amministratore ,

Primo Piano

- [Riduzione costi analisi e riflessioni...](#)
- [Viaggio introspettivo ... imprenditore Smart o Solone? ...](#)
- [Come ci piace definirci ...](#)
- [Tipologie di problemi risolti ...](#)
- [Operazione database pulito ...](#)

Competenze

- [Manager in affitto " Il temporary manager "](#)
consente di abbattere queste barriere, in quanto permette di "affittare" un manager per lo sviluppo di un singolo progetto, quindi per un arco di tempo limitato...
- [Consulenza direzionale](#)
Il nostro servizio di Consulenza Direzionale è dedicato a tutte quelle aziende che hanno bisogno di impostare una nuova

di Richard Bennet

Riduzione costi analisi e riflessioni.

Sono alcuni mesi che riceviamo da molti lettori e-mail in tono preoccupato che descrivono come nella loro azienda oltre a una flessione nelle vendite si assista alla diminuzione continua e costante dei margini.

Questa situazione di disagio, li porta con insistenza a chiederci interventi di riduzione dei costi a 360 gradi.

Già nel 2002 / 2003 ricevemmo un'identica valanga di e-mail sul tema, alle quali risponderemo senza esitazione che per recuperare competitività sui mercati nazionali ed internazionali era necessario traghettare l'azienda dal modello funzionale a quello "per processi".

Facciamo un passo indietro.

Cosa significa esattamente ridurre i costi?

Perché questi costi anomali/occulti si sono generati?

In realtà crediamo che i nostri lettori confondano l'effetto con la causa e così fanno erroneamente riferimento all'immediata necessità di una riduzione dei costi pura e semplice. Il cosiddetto ABC.

L'Activity Based Costing, il classico metodo ABC che è finalizzato all'oggettiva riduzione dei costi ed all'aumento degli indici di produttività, è un metodo che poco tiene conto della riconfigurazione dei processi e quindi del modello organizzativo dell'azienda stessa.

L'ABC è un'attività che ovviamente non fa mai male, ma in questi casi specifici non è la soluzione del problema.

strategia, che necessitano di un...

Consulenza commerciale

Le aziende che operano a livello commerciale sul mercato, sia nazionale che internazionale, necessitano sempre più di una consulenza specifica, aggiornata e...

Information Technology

Un universo difficile e costantemente in evoluzione, che vi crea non poche difficoltà e che distoglie energie dal vostro core business. Lasciatevi guidare in questo universo dai nostri manager.

Passaggio Generazionale

Numerose ricerche rilevano che 2 imprese su 3 falliscono o chiudono nel periodo vicino al passaggio tra padri e figli. Noi proponiamo due tipi di approccio per una buona riuscita...

Franchising

Il Franchising è una scelta strategica, imprenditoriale, gestionale e distributiva vincente....

Contatti

"Sono alcuni mesi che riceviamo da molti lettori e-mail in tono preoccupato che descrivono come nella loro azienda..."



In altre parole, risolve temporaneamente l'effetto, ma non identifica ne risolve le cause.

L'ABC è solo la "ciliegina sulla torta" rispetto a quello che serve all'aziende in "difficoltà" in questo momento.

Infatti, correggere i costi metodicamente, anno dopo anno, non è la soluzione definitiva del problema.

La soluzione definitiva è capire perché questi costi si sono generati e se sono strategici al core business dell'azienda. Dopodiché, individuati gli anomali, questi devono essere risolti intervenendo sul modello organizzativo che li sta generando.

Dalle interviste fatte ai nostri lettori, il modello organizzativo utilizzato dalle aziende in difficoltà è ancora il modello "funzionale", basato sulla classica struttura direzionale verticale a piramide.

Questa forma di organizzazione, molto utilizzata e che ha permesso a molte strutture di ottenere buoni risultati, ha cominciato a mostrare i suoi limiti in maniera evidente da circa 15 anni, ovvero da quando il mercato ha subito una radicale trasformazione in termini di dinamismo e competitività.

Tra i più evidenti, possiamo citare: la minore efficienza nelle interfacce funzionali (difficoltà di mantenere fede su tempistiche e costi), il dilatarsi dei tempi di esecuzione delle attività (tempi di attraversamento poco competitivi), i ritardi nel rispondere alle nuove esigenze del mercato (time to market troppo lungo o ritardi nel rendere operative nuove strategie), ecc.

Ecco alcuni esempi più concreti:

- La produzione non riesce a sopperire alla richiesta dei clienti. Dopo enormi investimenti in attrezzature produttive non si è ottenuto alcun beneficio. La produzione continua la sua strada svincolata dalle esigenze commerciali e i costi lievitano.
- I costi di produzione sono molto alti e non si riesce a capire il perché.
- Oltre ai costi del personale che sono ingenti, l'azienda non è più competitiva, sia nei tempi di consegna che sui costi industriali.
- L'azienda sta subendo un calo delle vendite, i prezzi sono fuori mercato. I costi commerciali e produttivi sono troppo alti.
- La concorrenza vende lo stesso prodotto al 20 per cento in meno. L'azienda sta andando fuori mercato.

Crediamo che la maggioranza di chi ci ha scritto si ritrovi in questi semplici esempi.

Se è così, sappiate che non è solo abbattendo i costi tout court che si risolveranno i problemi

SHORT CONNECTION Italia
Direzione Marketing
Richard Bennet

[contatto via e-mail riservato](#)

Richieste via e-mail riservate, dirette esclusivamente alla direzione Short Connection: massima riservatezza

Conatto diretto sede di :
[Milano - Bologna - Ancona - Roma](#)

[Amministrazione - Accounting](#)
International Information:
[Europe - USA - Asia](#)

Via Frà Diamante 17
50143 - Firenze Italy

Tel. (39) 055 717304
Fax. (39) 055 717309

info@shortconnection.com

Cancellami

Qualora non desideri ricevere in futuro la nostra NewsLetter, può opporsi in qualsiasi momento cliccando sul pulsante **ELIMINA**, o può esercitare i diritti previsti dall'art. 13 della legge sulla privacy, inviando un messaggio per posta elettronica all'indirizzo mittente indicando quali sono gli indirizzi da cancellare. Un messaggio Le confermerà l'accoglimento della sua istanza di rimozione e la conseguente cancellazione dei Suoi dati.

- [Vorrei essere contattato da un vostro manager ...](#)

della vostra azienda, ma anzi procrastinerete un'agonia che prima o poi dovrà essere affrontata.

Facendo le vostre scelte cercate non farvi influenzare negativamente dal "momento" di calo dei consumi e di stagnazione economica, perché vi possiamo assicurare che ci sono aziende in controtendenza che eccellono per incremento dei fatturati e marginalità.

Se vi state domandando come ciò sia possibile, la risposta è: "queste aziende si sviluppano riorganizzando con metodo i processi in tutti i settori dell'azienda, seguendo la filosofia del Business Process Reengineering".

Il Business Process Reengineering prevede la rimodellazione dei processi critici e fondamentali di un'azienda, guidati dal "valore" per il cliente. In poche parole la qualità in termini di prodotto e/o servizio paga a tutti i livelli sia in termini di vendite che in termini di recupero della marginalità.

L'azienda deve quindi liberarsi dalle vecchie e viziate metodologie che sono state efficaci in passato fino alla "globalizzazione" dei mercati, ma che oggi dimostrano la loro totale inefficienza nell'affrontare la concorrenza Cinese, Indiana e delle aziende modernamente organizzate.

L'azienda deve eccellere nel suo core business, utilizzare i più moderni mezzi di approccio alle strategie, all'organizzazione, alle nuove tecnologie.

Forse l'azienda ha necessità di nuova linfa vitale, di nuovi "cervelli", di nuovi strateghi, di nuovi amministratori delegati, di nuovi direttori generali, di nuovi direttori commerciali, di nuovi direttori di stabilimento, di nuovi direttori di produzione.

Rifletteteci bene ... forse è troppo banale pensare di risolvere i vostri problemi con un mero e semplice taglio dei costi.

Il nostro consiglio è non pensate solo al contingente, ma pensate al futuro.

Se volete scambiare due chiacchiere con me in privato, oppure inviarmi i Vostri commenti non esitate, la mia e-mail è: richard.bennet@shortconnection.com

Viaggio introspettivo ... smart o "Solone"...

Ieri rilasciando una breve intervista ad un quotidiano locale il giornalista mi chiedeva:

"Richard, sono curioso di sapere quando l'imprenditore italiano matura l'idea di avvalersi di un manager in affitto"

Prima di entrare nel merito della risposta vorrei farLe una premessa.

Esistono due categorie di imprenditori, quelli che noi definiamo smart e gli altri che soprannominiamo scherzosamente "soloni" (in quanto si sono auto eletti tra i [sette sav](#)).

La categoria "soloni" non utilizzerà mai i nostri servizi ed addurrà in seguito che sono inutili poiché

le nuove strategie da noi proposte non sono uscite dalla loro.

Normalmente preferiscono far sgretolare la propria azienda perseverando in strategie, approcci e gestioni assolutamente sbagliati, che a loro avviso sono l'unica strada da seguire proprio perché sono decise e dettate da loro stessi. L'io prevale sul buon senso.

Ciò che è paradossale è che comunque ci chiamano quando sono oramai ai ferri corti con le loro problematiche e non sanno dove sbattere la testa o ancor peggio perché qualche collaboratore fidato vista la strada senza ritorno imboccata dall'azienda li convince a chiamarci. Ma dopo un primo confronto il "Solone" che è in loro prevale e decidono di non dare seguito alla consulenza.

Invece la categoria che noi definiamo smart è di tutt'altro avviso. Sono imprenditori che ascoltano la loro azienda in ogni suo mormorio, ne colgono gli entusiasmi e i malumori, vivono a contatto con i collaboratori e ne amplificano le capacità intellettive.

Sono imprenditori che costantemente guardano dentro l'azienda e fuori per capire, se ci sono, i loro limiti. Imprenditori con il gusto di imparare e confrontarsi con culture manageriali diverse ed eterogenee.

Ovviamente questo tipo di imprenditore fa uso di management temporaneo ad ogni salto dimensionale e/o strategico della propria azienda. Solitamente sono imprenditori molto intelligenti che hanno idee di business interessanti, ma che sanno capire quando la situazione comincia a sfuggirgli di mano per molteplici fattori.

Le faccio un esempio: l'imprenditore capisce che ciò che fino ad oggi è stata la corretta organizzazione dell'azienda, vuoi per la concorrenza, vuoi per nuovi mercati, vuoi per richieste produttive sempre più pressanti, non è più adeguata ed allora, forte di un'esperienza precedente con manager temporanei, oppure consapevole della necessità di un aiuto esterno, chiama noi.

Solitamente chi si è avvalso una volta di manager temporanei non esita a riconvocarli quando ne sente la necessità.

L'imprenditore Smart affianca il o i manager temporanei nel loro operare quotidiano, facendo lui stesso una sorta di full immersion di nuove competenze. Facendo ciò sa che si assicura una futura autonomia per alcuni anni, sino al prossimo salto dimensionale, commerciale o strategico.

"Richard mi levi l'ultima curiosità, ma l'imprenditore "Solone" che fine fa?"

Sinceramente non lo so, il più delle volte dopo un primo contatto non lo sentiamo mai più. A volte poi ci capita di leggere sulla stampa specializzata che l'azienda sta soffrendo e si parla di esuberi.

Vi domanderete perché oggi Vi ho parlato di questo estratto di una più ampia intervista. La questione è molto semplice.

Avevo pensato di parlare dei tratti caratteriali e culturali degli imprenditori italiani, ma mi sono reso conto che sarebbe stata una newsletter noiosa e scarsa di contenuti, quindi mi sono detto lanciamo una riflessione a tutti i nostri lettori.

- [Vorrei essere contattato da un vostro manager ...](#)

In quale categoria Vi ritrovate?

Non dovete rispondere subito, confrontatevi con i Vostri collaboratori sondando secondo loro a quale categoria appartenete e poi elaborate una Vostra idea.

Questo piccolo viaggio introspettivo Vi arricchirà personalmente e Vi garantisco che nessuna consulenza potrà essere più efficace di Voi stessi per questa crescita.

Se volete scambiare due chiacchiere con me in privato, oppure inviarmi i Vostri commenti non esitate, la mia e-mail è: richard.bennet@shortconnection.com

Come ci piace definirci .

Ci piace definirci consulenti in prima linea, managers temporanei che realizzeranno con voi nella vostra impresa, le strategie e gli obiettivi che insieme andremo a definire.

Noi non produciamo solo delle "gran belle relazioni", ma realizziamo operativamente e fattivamente sul campo ciò che consigliamo.

Grazie ad una crescita rapida, continua e senza compromessi di qualità, Short Connection Italia si è concretizzata in un gruppo di circa 40 professionisti, intenzionato a proseguire la crescita del successo acquisendo continuamente le migliori risorse e competenze professionali disponibili. La nostra relazione con il cliente ha come obiettivo l'ottenimento di risultati concreti e misurabili volti a migliorarne in modo significativo e duraturo le performance di mercato ed economico-finanziarie.

Per realizzare questo obiettivo ambizioso è necessario impegnarsi su aree che possano avere un elevato impatto sui risultati e sulla forza competitiva dell'azienda, e la cui rilevanza sia condivisa dal top management del cliente.

Interventi di carattere operativo rispondono a questi requisiti meglio che progetti di ridefinizione strategica e/o organizzativa.

La necessità e la determinazione di avere un impatto reale e significativo sui risultati del cliente impongono modalità operative di massima efficacia.

Short Connection lavora assieme ai clienti in team composti da consulenti, integrati da membri dell'organizzazione cliente, che mettono a disposizione del cliente le proprie capacità di analisi strategica ed organizzativa, di contributo innovativo e di attuazione, facendo leva sulle conoscenze relative al business e all'azienda già presenti presso il cliente: combinare questi due contributi è fondamentale per far "succeedere" i cambiamenti concordati.

Ai nostri colleghi di oltre oceano piace dire:

- [Vorrei essere contattato da un vostro manager ...](#)

“Short Connection helps organizations achieve industry leadership by unleashing the corporate imagination, bringing creativity and discipline to the challenge of creating new business models and invigorating existing business models. We call this Strategy Innovation”.

In altre parole noi ripensiamo il futuro insieme a voi.

Se per anni avete cercato, non la classica società di consulenza, ma consulenti con nuove idee, noi siamo ciò che stavate cercando.

Ecco come operiamo:

Usiamo dei procedimenti semplici per svolgere compiti difficili. Sappiamo che ciascun cliente e ciascun progetto è diverso dall'altro. Non vi forziamo a procedimenti rigidi, bensì cominciamo con un procedimento flessibile che viene modificato a seconda della situazione.

Innanzitutto ci immergiamo.

Ciò significa studiare la vostra industria e compagnia, o semplicemente i vostri concetti riguardo al progetto.

Impariamo velocemente, grazie alla nostra esperienza.

Facciamo domande, portiamo avanti ricerche, sfidiamo le convenzioni e poi chiarifichiamo i vostri bisogni.

La soluzione potrebbe essere altrettanto semplice come creare un sito web di marketing o complicato come costruire un'intera strategia aziendale.

Qualsiasi cosa facciamo, cerchiamo di essere dei collaboratori, dei validi consiglieri.

Dopodiché inventiamo.

La strategia e gli obiettivi, lavoriamo sul branding, la funzionalità, le scelte tecnologiche e il mercato.
E finalmente, costruiamo, combinando tutte le componenti del progetto in un unico prodotto finale.

Spesso, comunque, non finisce qui.

Un progetto potrebbe aver bisogno di essere multinazionale o multi disciplinare, di dover incorporare delle funzionalità complesse e nuove, agganciarsi a sistemi già esistenti, o semplicemente aver bisogno di essere costantemente aggiornato o espanso.

In ognuno di questi casi, lavoriamo con il cliente per raffinare il loro progetto, dando spazio al miglioramento nel lungo termine.

L'intero processo ci permette di consegnare un progetto di altissima qualità. Ecco perché i nostri clienti ci vedono come soci fidati, e continuano a lavorare con noi.

I nostri manager temporanei solitamente hanno un ruolo ed una responsabilità gestionale relativi all'intera azienda oppure ad una sua funzione o progetto.

Elenchiamo qui brevemente le tipologie di problemi su cui possiamo intervenire:

- Far decollare una nuova attività imprenditoriale
- Gestire rapidamente e con successo una crisi aziendale ancora reversibile
- Fornire supporto manageriale ad un'azienda che possiede un buon potenziale di sviluppo, ma con un'organizzazione inadeguata
- Ricoprire temporaneamente un imprevisto vuoto manageriale, a livello di direzione generale o di funzione
- Affiancare un investitore nell'acquisizione di un'azienda
- Gestire managerialmente un processo di dismissione di un ramo di azienda o di chiusura dell'attività
- Sviluppare l'attività commerciale, sul mercato italiano o sui mercati esteri
- Gestire una filiale o una consociata estera in un momento di difficoltà
- Intervenire nell'area di produzione per riorganizzarne l'intero ciclo produttivo
- Ridisegnare l'architettura del sistema informativo ed attuarne l'implementazione
- Riorganizzare e gestire la funzione amministrativa
- Risanare e gestire la situazione finanziaria
- Assicurare continuità all'impresa, gestendo il processo di passaggio generazionale e facendo da tutore al figlio dell'imprenditore

di seguito un elenco dei ruoli che i nostri manager possono ricoprire:

- Direzione Generale
- Direzione di Divisione

• [Vorrei essere contattato da un vostro manager ...](#)

• [Vorrei essere contattato da un vostro manager ...](#)

- Direzione Commerciale
- Direzione Strategica
- Direzione Marketing
- Direzione di Filiale all'estero
- Direzione progetti ERP
- Direzione progetti e-business
- Direzione di Produzione
- Direzione Logistica
- Direzione Amministrativo e Finanziario
- Direzione del Personale
- Direzione Sistemi Informativi
- Direzione Logistica e Acquisti
- Direzione Lavori
- Direzione di Progetto
- Tutore dello sviluppo generazionale

Gentilissimo lettore,

con l'obiettivo di ottimizzare il nostro servizio di comunicazione, siamo a riorganizzare i contenuti del [database](#) dedicato ai visitatori del sito web di Short Connection Italia che richiedono l'invio della nostra newsletter.

Se per Lei non è troppo disturbo, sarebbe per noi di grande utilità avere il suo graditissimo [contributo](#).

Metteremo a Sua disposizione una serie di contributi nuovi e riservati sul mondo della consulenza e del Management Temporaneo che la lasceranno piacevolmente impressionato.

Grazie per la [collaborazione](#), Richard Bennet

Casi risolti:

- [Far decollare una nuova attività imprenditoriale](#)
- [Gestire rapidamente e con successo una crisi aziendale ancora reversibile](#)
- [Fornire supporto manageriale ad un'azienda che possiede un buon potenziale di sviluppo, ma con un'organizzazione inadeguata](#)
- [Ricoprire temporaneamente un imprevisto vuoto manageriale, a livello di direzione generale o di funzione](#)
- [Affiancare un investitore nell'acquisizione di un'azienda](#)
- [Gestire managerialmente un processo di dismissione di un ramo di azienda o di chiusura dell'attività](#)
- [Sviluppare l'attività commerciale, sul mercato italiano o sui mercati esteri](#)
- [Gestire una filiale o una consociata estera in un momento di difficoltà](#)
- [Intervenire nell'area di produzione per riorganizzarne l'intero ciclo produttivo](#)
- [Ridisegnare l'architettura del sistema informativo ed attuarne l'implementazione](#)
- [Riorganizzare e gestire la funzione amministrativa](#)

• [Risanare e gestire la situazione finanziaria](#)

• [Assicurare continuità all'impresa, gestendo il processo di passaggio generazionale e facendo da tutore al figlio dell'imprenditore](#)

