

# Management Strategico

02 GIORNI

## OBIETTIVI

Gestire un'organizzazione risulta sempre più complesso per le variabili insite in scenari sempre più turbolenti. Il seminario fornisce ai partecipanti gli strumenti per acquisire sia gli atteggiamenti più consoni a questi scenari, sia una completa metodologia per gestire l'organizzazione e la sua capacità di generare valore verso il mercato e verso gli azionisti.



*"Se tutto è sotto controllo, stai andando troppo piano"*

MARIO ANDRETTI

## PROGRAMMA

### Introduzione

- > La prospettiva del management strategico: cos'è?
- > La strategia ha ancora senso?
- > I principali fondamenti
- > La gestione della conoscenza come leva strategica
- > Le informazioni più utili alla strategia
- > Come sviluppare la giusta attenzione nei confronti degli scenari
- > Se gli scenari cambiano la strategia più adatta rimane?

### Il pensiero strategico

- > Analizzare, pensare, decidere velocemente
- > Il vantaggio competitivo: cos'è e come crearlo
- > Errare è umano, anzi strategico
- > Come sbagliare, sopravvivere e prosperare
- > La creazione dal valore oggi (e domani?)
- > Creare e mantenere un'organizzazione di valore
- > L'organizzazione di valore è quella che risponde ai bisogni
- > Se i bisogni mutano?
- > Organizzare la flessibilità: come?
- > Organizzare la capacità d'imparare: come?
- > Contestualizzare gli scenari esterni
- > Variabili dipendenti e indipendenti

### Il pensiero strategico in azione

- > Analisi dei competitor: quanto accurata?
- > Mosse e contromosse
- > Ogni mossa misurata e valutata in tempo reale
- > L'uso ottimale delle risorse ovvero

- progettare e riprogettare
- > L'utilizzo dei team di miglioramento
- > Il ruolo dei partner: quando?
- > Il ruolo dei partner: quali?
- > Negoziare con i partner
- > L'uso ottimale delle tecnologie
- > Le tecnologie come arma competitiva
- > Il ruolo dei business plan

### Il linguaggio economico

- > Comunicare in maniera adeguata in forma orale e/o scritta
- > Credibilità verso il mercato e verso gli azionisti
- > Trasmettere capacità è trasmettere valore
- > Saper parlare di business in scenari turbolenti
- > Adattarsi e adattare l'organizzazione ai clienti di turno

### Gli strumenti strategici

- > Il data base e il suo utilizzo
- > Le nuove tecnologie come supporto alla business analysis
- > E-commerce: cos'è?
- > Le informazioni distribuite: come e quando?



## PARTECIPANTI



Direttori generali, direttori finanziari, direttori marketing o comunque responsabili di business strategy a medio-lungo termine.

## EDIZIONI

# 2019

Milano, 24-25 Gennaio

Milano, 8-9 Aprile

Milano, 27-28 Giugno

Milano, 17-18 Ottobre

## ISCRIZIONI

SINGOLA € 1.315 (+IVA) per l'iscrizione di un partecipante

MULTIPLA -15% a persona per:

- 2 o più iscritti alla stessa edizione del corso
- 9 o più iscrizioni nell'arco di 12 mesi a diversi corsi a catalogo

### COME ISCRIVERSI

+39 02 38010666

+39 02 38010871

[www.scuoladipaloalto.it](http://www.scuoladipaloalto.it)

[informazioni@paloaltoscuola.it](mailto:informazioni@paloaltoscuola.it)