

ADA.24.05.01 - PIANIFICAZIONE STRATEGICA E GESTIONE DEI PROCESSI CORRENTI (OPERATIONS MANAGEMENT)

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Realizzare il piano strategico di produzione, a partire dall'analisi della domanda e del sistema competitivo di riferimento, elaborando gli obiettivi strategici e intervenendo sull'insieme dei processi che, in un'ottica di supply chain integrata, contribuiscono a realizzare e consegnare valore al cliente

1 - ANALISI DELLA DOMANDA E DEL SISTEMA COMPETITIVO DI RIFERIMENTO

Grado di complessità 3

1.3 ANALISI DEI POTENZIALI COMPETITOR

Effettuare una analisi comparativa con i concorrenti (SWOT Analysis) per definire il mercato dei potenziali, competitor produttori di prodotti complementari e/o sostitutivi, mediante l'integrazione delle fonti informative interne all'azienda con altre raccolte esternamente tramite attività di marketing intelligence

Grado di complessità 2

1.2 ANALISI E SEGMENTAZIONE DELLA CLIENTELA

Effettuare la segmentazione della clientela attraverso una analisi delle caratteristiche tecniche del prodotto individuando gli elementi distintivi percepiti come apportatori di valore (strategia di differenziazione) e le caratteristiche modificabili per offrire un prezzo competitivo (strategia di leadership di costo)

Grado di complessità 1

1.1 ANALISI DEL MERCATO DI RIFERIMENTO

Analizzare il mercato di riferimento a livello nazionale e internazionale (analisi TAM, SAM, SOM, 5 forze di Porter, ecc.), definendo la struttura competitiva del mercato, la dimensione massima della domanda, l'insieme dei competitor diretti e individuando la propria quota di riferimento attuale e prospettica

2 - INDIVIDUAZIONE DEGLI OBIETTIVI STRATEGICI AZIENDALI

Grado di complessità 2

2.2 DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI STRATEGICI

Definire gli obiettivi strategici aziendali formalizzando specifici sotto-obiettivi secondo parametri

ADA.24.05.01 - PIANIFICAZIONE STRATEGICA E GESTIONE DEI PROCESSI CORRENTI (OPERATIONS MANAGEMENT)

quantitativi e qualitativi misurabili e verificabili, stabilendo l'orizzonte temporale di realizzazione e individuando le necessità finanziarie, organizzative (risorse umane di produzione e/o management) e produttive (riorganizzazione reparti, nuovi macchinari o impianti)

Grado di complessità 1

2.1 ELABORAZIONE DELLE POTENZIALI OPPORTUNITÀ

Sulla base dell'analisi della domanda e dei competitor, individuare le potenziali opportunità strategiche analizzando l'effort finanziario richiesto e le risorse (umane, fisiche e produttive) necessarie per valutare le condizioni di fattibilità

3 - DEFINIZIONE DEL PIANO STRATEGICO

Grado di complessità 2

3.2 ELABORAZIONE DEL PIANO DEGLI INVESTIMENTI

Elaborare il piano degli investimenti dettagliando le necessità di adeguamento dei processi industriali e dell'organizzazione e individuando le risorse necessarie alla loro copertura finanziaria

Grado di complessità 1

3.1 ELABORAZIONE DEL PIANO DELLA DOMANDA (PREVISIONI DELLE VENDITE E PORTAFOGLIO ORDINI)

Elaborare il piano della domanda a partire dal portafoglio ordini e dalla clientela attuale e delle ipotesi di incremento attese, individuando i kpi rappresentativi della strategia da implementare, analizzando i kpi attuali rispetto agli obiettivi strategici e definendo gli step per raggiungere gli incrementi attesi

ADA.24.05.01 - PIANIFICAZIONE STRATEGICA E GESTIONE DEI PROCESSI CORRENTI (OPERATIONS MANAGEMENT)

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Software e strumenti di marketing intelligence online e offline (ad esempio: Social Listening, Web Analytics, Search Engine Intelligence tools, Trend Hunting, Amazon & Marketplace Analytics, Competitive Intelligence Tools, Business & Finance Analytics)
- Banche dati interne ed esterne (ad esempio: ISTAT, Eurostat, Statista, Cerved, Atoka, CRM aziendale)
- Struttura e caratteristiche del mercato di riferimento
- Caratteristiche tecniche dei prodotti
- Indicatori kpi aziendali
- Schemi e informazioni sulla struttura organizzativa e produttiva dell'impresa

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Tecniche e metodologie di analisi del mercato
- Tecniche e metodologie di segmentazione della clientela
- Tecniche e metodologie di analisi dei potenziali competitor
- Tecniche e metodologie di definizione degli obiettivi strategici
- Tecniche e metodologie di definizione dei kpi rappresentativi degli obiettivi strategici
- Tecniche e metodologie di elaborazione del piano degli investimenti

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Mercato di riferimento definito e analizzato
- Clientela segmentata individuando elementi di valore e competitività dei propri prodotti
- Obiettivi strategici definiti individuando sotto-obiettivi, tempistiche e necessità
- Piano della domanda (vendite, ordini) elaborato
- Piano degli investimenti elaborato

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. Una tipologia di prodotto e relativo mercato di riferimento
2. L'insieme delle tecniche di analisi di mercato
3. L'insieme delle caratteristiche tecniche del prodotto
4. L'insieme dei kpi e dati informativi interni relativi al prodotto
5. Un set di informazioni sulla struttura organizzativa e produttiva dell'impresa

ADA.24.05.01 - PIANIFICAZIONE STRATEGICA E GESTIONE DEI PROCESSI CORRENTI (OPERATIONS MANAGEMENT)

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

- 1.** Prova prestazionale: per una tipologia di prodotto, su un set di informazioni date, definire gli obiettivi strategici aziendali analizzando il mercato di riferimento e dei potenziali competitor, formalizzando gli specifici sotto-obiettivi e l'orizzonte temporale di realizzazione e individuando le necessità finanziarie, organizzative e produttive
- 2.** Colloquio tecnico relativo all'individuazione di metodi analitici più opportuni da applicare per l'analisi della domanda e del sistema competitivo di riferimento

ADA.24.05.01 - PIANIFICAZIONE STRATEGICA E GESTIONE DEI PROCESSI CORRENTI (OPERATIONS MANAGEMENT)

ADA.24.05.01 - PIANIFICAZIONE STRATEGICA E GESTIONE DEI PROCESSI CORRENTI (OPERATIONS MANAGEMENT)

FONTI

- Grant, Robert M. "Analisi di settore." L'analisi strategica per le decisioni aziendali (2011).
- Sciarelli, Sergio. Fondamenti di economia e gestione delle imprese. Padova: Cedam, 2004.
- Grando, Alberto. Organizzazione e gestione della produzione industriale. Egea, Milano, 1995.
- Mintzberg, Henry. Ascesa e declino della pianificazione. Milano, Isedi, 1996.
- Ansoff, Harry Igor. Strategia aziendale. Etas libri, 1989.