

Consulenza di direzione

Gli interventi effettuati dal Gruppo Gelati si caratterizzano per l'approccio basato su due elementi: l'analisi approfondita dei problemi di gestione aziendale e lo sviluppo personalizzato di un percorso di miglioramento continuo, attraverso l'utilizzo di metodi propri del Total Quality Management (programmazione, esecuzione, confronto tra programmato ed eseguito, individuazione di azioni di miglioramento). Permettiamo alle aziende di avvalersi di strumenti consolidati e risorse umane qualificate per sviluppare al proprio interno competenze e metodologie specifiche.

I nostri servizi:

Organizzazione

Obiettivo

Analizzare la struttura organizzativa aziendale, i meccanismi di relazione interna e l'allocazione delle risorse umane per individuare le forme e gli strumenti di tipo organizzativo che meglio si adattano al sistema.

Strumenti

Tecniche di direzione

Analisi della strategia aziendale

Analisi della struttura organizzativa: esame delle funzioni aziendali e della loro ripartizione, definizione e/o revisione dell'organigramma, analisi di ruoli, compiti e mansioni, valutazione ed eventuale elaborazione delle procedure operative interne e di meccanismi di comunicazione interna

Razionalizzazione del flusso dei documenti aziendali

Sviluppo e valorizzazione del personale: analisi delle competenze delle risorse umane, progettazione e realizzazione di percorsi formativi ad personam, piani di valutazione e di carriera, impostazione del sistema retributivo, corsi di formazione e addestramento

Analisi e valutazione degli stili di direzione, cultura, fair play

Analisi e valutazione degli obiettivi di qualità aziendale

Formazione dell'alta dirigenza

Controlli sulla struttura aziendale e sulle principali funzioni. Quadri di controllo delle variabili aziendali e dei fattori critici

Informatizzazione delle procedure

Installazioni ed implementazioni di sistemi informativi

Controllo di gestione e pianificazione economico-finanziaria

Obiettivo

Verificare se la gestione aziendale si stia svolgendo in forma efficace ed efficiente ed attuare un processo di monitoraggio in modo tale da permettere il raggiungimento degli obiettivi strategici.

Strumenti

Budget - formulazione del programma di gestione generale e per settori, determinazione degli obiettivi, proiezioni dei costi, progettazione del budget in senso stretto

Sistemi di contabilità analitica - determinazione dei centri di costo, imputazione e calcolo dei costi di prodotto, rilevazione dei ricavi, analisi dei punti di Equilibrio

Reporting - predisposizione di rapporti informativi intermedi e finali sullo svolgimento della gestione, confronto dei risultati attesi con risultati ottenuti, eliminazione delle eventuali cause di scostamento

Analisi di bilancio - rielaborazione del bilancio gestionale, creazione di indici e flussi economici e finanziari, interpretazione degli indicatori in chiave consuntiva e prospettica

Pianificazione economica e finanziaria

Analisi patrimoniale e finanziaria e verifica del ciclo operativo

Gestione della tesoreria ed assistenza operativa presso gli Istituti di Credito

Marketing

Obiettivo

Sviluppare e/o impostare un insieme di attività che permettano all'azienda di migliorare il proprio "sistema-prodotto", ampliare e monitorare il mercato esistente, adattando l'offerta alle caratteristiche della domanda.

Strumenti

Ricerche di marketing ed analisi del target - raccolta ed analisi delle informazioni di mercato, creazione o sviluppo di un Sistema Informativo di Marketing

Pianificazione di marketing - definizione delle strategie di sviluppo e degli obiettivi di mercato, posizionamento, selezione dei mercati e segmentazione, previsione di modalità, tempi di raggiungimento, compiti e responsabilità

Configurazione del marketing mix - individuazione e gestione del ciclo di vita del prodotto, determinazione di politiche di prezzo ottimali, analisi e pianificazione della struttura distributiva e della rete di vendita, determinazione di adeguate strategie di promozione/comunicazione, considerando tecniche innovative (franchising, e-commerce, sales promotion, direct marketing)

Gestione dei contatti commerciali - progettazione e sviluppo di un sistema di gestione e monitoraggio dei contatti esterni (valutazione e scelta dei fornitori, ricerca della clientela, selezione di fornitori e clienti)

Piani di comunicazione aziendale - progettazione di piani di comunicazione che prevedono l'utilizzo strutturato di idonei mezzi di promozione, pubblicità, propaganda, creazione e consolidamento dell'immagine aziendale

Organizzazione della rete di vendita e delle informazioni commerciali

Produzione e logistica

Obiettivo

Analizzare il processo produttivo per creare un sistema integrato dei flussi di produzione, approvvigionamento e distribuzione logistica, in modo tale da poter assicurare puntualità nella realizzazione degli ordini e delle spedizioni.

Strumenti

Analisi critica degli acquisti

Sistemi di gestione del magazzino - procedure operative e sistemi informatici per aumentare l'efficienza nelle operazioni di approvvigionamento (gestione delle scorte), di smistamento delle materie, di raccolta ed esecuzione degli ordini, di spedizione dei prodotti finiti

Programmazione e controllo della produzione - pianificazione della produzione, applicazione di sistemi statistici di controllo, organizzazione e/o razionalizzazione del processo produttivo, dimensionamento e lay-out degli impianti

Controllo delle scorte

Logistica di magazzino

IL CONTROLLO DIREZIONALE: IL VALORE DELL'IMPRESA PERCHÉ IL CONTROLLO DIREZIONALE

Un'Azienda è eccellente anche quando realizza "profitto sano e sempre crescente" (soddisfazione degli Azionisti).

Spesso le nostre P.M.I. non hanno un sistema di "controllo Direzionale", sono "come una nave che naviga a vista guardando la costa". Invece un'Azienda che ha un sistema di controllo Direzionale naviga con gli strumenti e "può variare la rotta prima di finire sugli scogli..."

L'Impresa è d'altronde un SISTEMA complesso ovvero una associazione organizzata di uomini, mezzi, informazioni, meccanismi operativi e capitali che devono continuamente essere tra loro integrati, coordinati ed ottimizzati al fine di perseguire con successo il proprio obiettivo globale di eccellenza.

IL SERVIZIO GELATI

L'andamento nel tempo della gestione, normalmente viene valutato dall'imprenditore tramite tre principali chiavi di lettura:

- Il conto economico
- Il cash flow
- Lo stato patrimoniale

Queste notizie contenute nel bilancio dell'Impresa sono disponibili tardivamente ai fini del "Controllo Direzionale" dell'Impresa.

La necessità delle informazioni (anche approssimate ma tempestive) che la contabilità generale non può fornire, ha fatto nascere le valorizzazioni di contabilità industriale o analitica e quelle extracontabili che vengono utilizzate per preparare il "Reporting" adatto al controllo Direzionale dell'Impresa.

L'impresa eccellente dovrà perciò dotarsi di questo indispensabile strumento come "bussola" per la verifica in tempi brevi della correttezza della propria "navigazione tra le insidie del Mercato". Il Gruppo Gelati guida la propria clientela nell'impostare un sistema di Controllo Direzionale personalizzato per su ogni singola realtà aziendale tale da fornire all'imprenditore i "POCHI" ma "FONDAMENTALI" numeri per un controllo "CONTINUO" e "TEMPESTIVO" dell'andamento della propria impresa.