

Il ruolo del Marketing nel processo strategico e decisionale aziendale



Percorso di formazione e collaborazione
inter-funzionale per un efficace sviluppo
del valore aziendale

PMOACHTM
MANAGEMENT CONSULTING

L'importanza del Marketing nel processo strategico e decisionale aziendale

Un'azienda è una struttura più o meno complessa e indipendentemente che sia nel settore B2B o B2C o che produca un bene o eroghi un servizio, necessita di una organizzazione tra i diversi reparti interni, tale da mentalizzare persone con competenze e mansioni diverse, verso quello che rappresenta il principale obiettivo aziendale, ovvero generare valore.

Per far sì che una intera struttura aziendale, composta da diversi reparti e uffici (Commerciale, Amministrazione, Tecnico, Produzione, Logistica, ecc..), ognuno con professionalità e mansioni diverse, parli la stessa lingua, è necessario che ci sia una funzione che comunichi con tutti questi reparti e che riesca a sintetizzare le rispettive aspettative e il rispettivo contributo per quelli che sono la Mission e la Vision aziendale, ovvero Valori e Business unici per tutta l'azienda.



Il ruolo del Marketing nel processo strategico e decisionale aziendale

Il nostro modello prevede una sequenza di step e di azioni – tipicamente del Marketing - studiate per far comunicare i diversi reparti aziendali attorno ad un modello di business coerente con la Mission e la Visione aziendale

Obiettivo

Con questo programma, vogliamo garantire alla funzione Marketing già presente in azienda, una centralità necessaria per far sì che tutte le forze interne al processo, remino e vadano tutte nella stessa direzione.



Il ruolo del Marketing nel processo strategico e decisionale aziendale

Perchè

Solo se ci si conosce bene si possono perseguire Obiettivi realmente alla portata delle reali capacità aziendali, altrimenti, il rischio di fallire o di non guadagnare quanto sperato, è altissimo..!

Il Percorso che proponiamo è finalizzato a due Obiettivi principali:

- › Far EMERGERE le reali possibilità e capacità dell'azienda attraverso un percorso di analisi dei diversi Reparti aziendali
- › Far COMUNICARE e COLLABORARE i diversi reparti aziendali per il bene aziendale e non lavorare a compartimenti stagni.

La non cooperazione tra i diversi reparti aziendali è causa, spesso, di non conformità dovute alla errata trasmissione delle informazioni tra i reparti, al pessimo ambiente relazionale e alla mancanza di focus di alcuni reparti non commerciali sul sentirsi poco o nulla responsabili del processo di generazione del fatturato..!



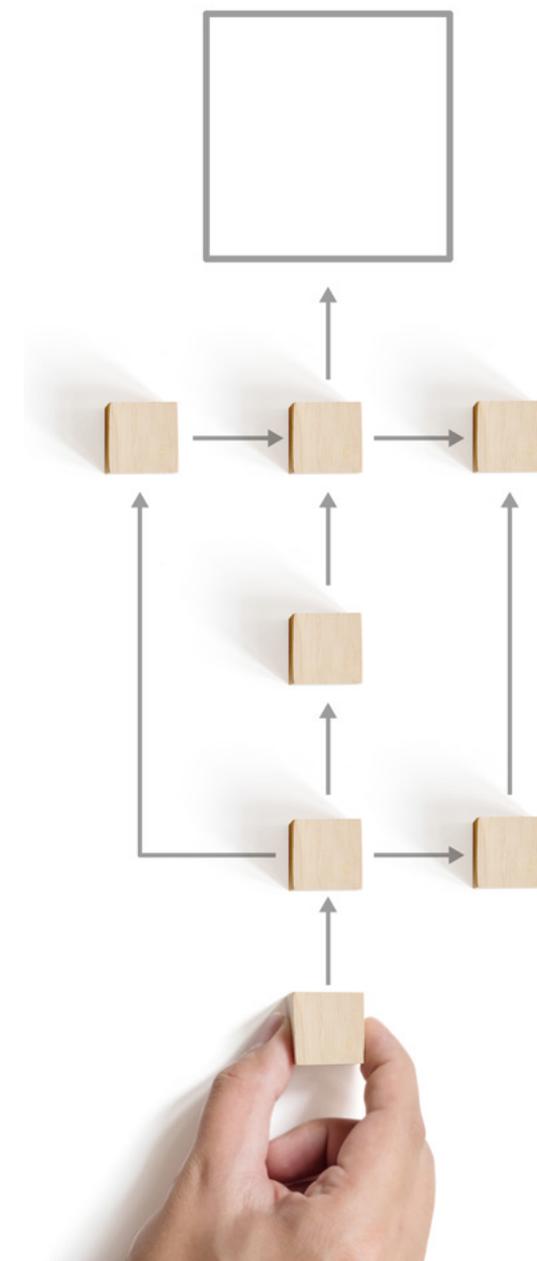
Il ruolo del Marketing nel processo strategico e decisionale aziendale

Come

Il percorso che proponiamo si svolge in 2 fasi:

- › Un primo incontro, gratuito per l'azienda, prevede una sessione di un'ora nella quale si presenta il progetto e le finalità ai Responsabili di Funzione con lo scopo di far percepire l'importanza di TUTTI nella creazione del Valore. Fatto questo si farà percepire la centralità del Marketing in questo progetto e la necessità di comunicare con questa funzione al fine di trasferire le informazioni specifiche pensandole non solo nel linguaggio del proprio reparto ma con una finalità trasversale;
- › Un percorso costituito da diversi incontri individuali (a seconda dei reparti coinvolti e di cui si compone l'azienda: amministrazione, commerciale, tecnico, produzione, HR, logistica, ecc..) di circa 1 ora a testa per definire un percorso che porterà poi il Marketing interno all'azienda ad svolgere una funzione di raccordo inter-funzionale di gestione strategica aziendale.

Il Marketing rappresenterà il canale e il sistema di comunicazione tra i diversi Reparti aziendali, abituati, ognuno, a comunicare con un proprio linguaggio in funzione di un "proprio" obiettivo che spesso non coincide con gli Obiettivi strategici aziendali.



L'approccio: obiettivi - azioni - risultati

Il **nostro approccio** prevede quindi un processo dove la definizione degli **Obiettivi** è fondamentale per definire l'analisi Strategica, la definizione della parte Operativa e infine quella di Controllo dei risultati..

Il MKTG avrà l'onere di ascoltare e prendere nota dei diversi obiettivi di reparto e trasformarli in Valore affinché l'obiettivo aziendale sia unico e sintesi delle esigenze di tutti i reparti aziendali.

La fase operativa del progetto prevede una prima indicazione di macro e micro obiettivi aziendali per valutare, reparto per reparto, quale secondo loro sia quello principale da raggiungere e perché, per poi presentare gli obiettivi direzionali e cercare di comprendere se c'è allineamento e coerenza tra quanto desiderato dall'organizzazione con quanto viene fatto operativamente dai diversi reparti.



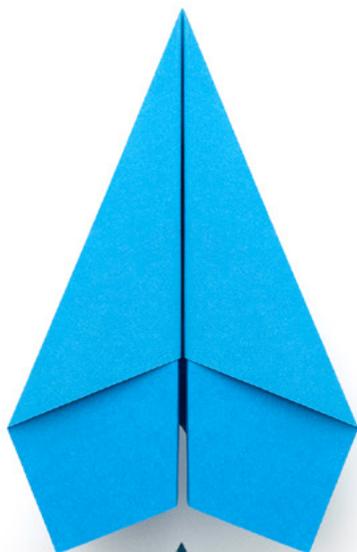
L'approccio: obiettivi - azioni - risultati

Definiti gli Obiettivi, si dovranno definire, sempre con i vari reparti, le rispettive **Azioni** da mettere in atto, in allineamento e coerenza con gli obiettivi prefissati, corredate da corrette tempistiche, risorse e ownership.



Il ruolo del Marketing nel processo strategico e decisionale aziendale

L'approccio: obiettivi - azioni - risultati



Alla fine si spiegherà la necessità del **Controllo dei Risultati**, attraverso metriche e indicatori di tipo **qualitativo** e **quantitativo** che possano darci indicazioni circa il delta tra gli obiettivi prefissati e i risultati raggiunti.

L'analisi degli scostamenti è importante per la definizione della riprogrammazione delle Azioni al fine di raggiungere gli stessi Obiettivi o, al contrario, rivedere gli Obiettivi e pianificare, di conseguenza, nuove Azioni in funzione delle revisioni.

In questa fase si lavorerà sulle necessità di collaborazione interna all'azienda al fine di far comprendere come il Marketing possa svolgere un ruolo centrale, sfruttando la sua tipica capacità di analisi, di trasformazione e trasferimento del valore per garantire il successo dell'organizzazione nel futuro.





PMC Srl

Via del Fonditore 1/3, 1 – 40138 Bologna
Tel. +39.393.70.14.672
www.pmccoach.com
info@pmccoach.com

PMC Coach è **Preferred Partner di Six Seconds** per lo sviluppo di interventi organizzativi

PMC Coach è **certificata UNI EN ISO 9000:2015** per l'erogazione di formazione e coaching per sviluppo competenze manageriali e innovative



Invito riservato unicamente all'azienda:

Si prega di confermare la presenza a:
lbiscione@pmccoach.com