

## COMPETERE E VINCERE CON RISORSE LIMITATE: COME MIGLIORARE E INTEGRARE L'APPROCCIO BLUE OCEAN ALLA STRATEGIA

**25 e 26 ottobre 2011**  
ore 9.30-13.30 – 14.30-18.30  
Milano, sede AISM Via Olmetto 3

### Obiettivi

- sensibilizzare i partecipanti all'importanza di **sviluppare un nuovo approccio alla strategia;**
- aggiornarli su **approcci integrativi delle metodologie Blue Ocean;**
- sensibilizzarli all'importanza di una **destinazione selettiva delle risorse** aziendali agli strumenti d'azione disponibili, attraverso un **approccio sistematico e quantitativo;**
- fornire ai partecipanti gli **strumenti pratici necessari** per testare concretamente e gestire tali approcci attraverso esemplificazioni, modelli di supporto alle decisioni e una breve simulazione interattiva.

### Destinatari del corso

Il corso si rivolge ad imprenditori, amministratori delegati e direttori generali, responsabili marketing e commerciali, professionisti, consulenti aziendali e formatori, e chiunque sia interessato ad aggiornarsi sulle nuove frontiere del marketing strategico.

Si presumono esperienze lavorative nelle posizioni sopra indicate e, quindi, una buona dimestichezza con i concetti base di strategia, economia aziendale e marketing strategico.

### Docente

**Giorgio Gandellini** è Professore a Contratto di Strategia Aziendale all'Università di Roma Tre, Senior Partner di ConCrea (Bologna), Managing Director di Nestplan International di Vernon (Francia) e Senior Vice President di EMCG a Londra e New York.

### Quote di partecipazione:

- Associati AISM € 750,00 fuori campo IVA DPR 6.10.1972, N. 633, ART. 4
- Non associati € 900+IVA

La quota include il materiale didattico, coffee break e lunch per le due giornate.

### Modalità di svolgimento:

due giornate full time organizzate in lezioni frontali ed esercitazioni in aula.

## PROGRAMMA

- Caratteristiche dei fenomeni di mercato che rendono difficile la pianificazione: come prevedere in contesti (quasi) imprevedibili, importanza e vantaggi dei modelli;
- I “judgmental models”: combinare buon senso, intuizione ed esperienza con semplici approcci strutturati;
- Logica e caratteristiche dell’approccio Blue Ocean: il quadro strategico, la curva del valore e la value innovation;
- Identificazione di diversi possibili contesti Blue Ocean: fasi di lavoro per la ridefinizione dei confini di mercato e il superamento degli ostacoli all’acquisto e utilizzo dei prodotti o dei servizi;
- Valutazione del mercato e dell’eventuale concorrenza, esplicita definizione di obiettivi competitivi e/o di redditività;
- Identificazione dei vincoli e delle risorse disponibili o procurabili: ridimensionare gli obiettivi o incrementare le risorse?
- Ridefinizione della curva del valore: componenti del valore percepito e gerarchie di strumenti utilizzabili, l’investment curve ®;
- Il cruscotto per il controllo strategico (strateco dashboard ®) e il value/investment compass ®;
- Criteri e modelli di ottimizzazione dell’impiego di risorse scarse in funzione di obiettivi e vincoli: come utilizzare i semplici algoritmi disponibili su foglio di calcolo;
- **Applicazione pratica delle metodologie e dei concetti trattati attraverso una breve simulazione di gestione strategica: ottimizzare a breve quota di mercato o redditività ... o trovare un soddisfacente compromesso?**

Per informazioni e iscrizioni  
Segreteria AISM [info@aism.org](mailto:info@aism.org)