

Nell'ambito del progetto "Studio di Business: capire, progettare, pianificare e valutare"

workshop interaziendale di approfondimento e dibattito sull'analisi e la pianificazione del business dei servizi

Obiettivi del workshop

- Alimentare un atteggiamento imprenditivo verso lo sviluppo del business
- Stimolo ad andare oltre la domanda, per capire il business del cliente e cogliere i bisogni
- Definire situazioni pro-attive, facilitando la creatività congiunta di Fornitori, Clienti e Partner
- Attivare il confronto interaziendale di esperienze e riflessioni sulle competenze necessarie

Destinatari della proposta di partecipazione

- Direttori di società di servizi, di Business Unit, di Divisione
- Responsabili di funzioni Sistemi Informativi aziendali (CIO)
- Esperti di Organizzazione delle staff di servizio
- Analisti di Business Intelligence Center
- Marketing Manager di Impresa, Divisione, Prodotto, Area di mercato
- Account di cliente / mercato / processo
- Project leader di avvio nuovo business
- Professional di Business Intelligence Center
- Responsabili Sviluppo del Personale delle staff di servizio

Comitato di programma

- | | |
|-----------------------------|-----------------------|
| ▪ AUSED | - Erminio Seveso |
| ▪ FERRERO | - Enzo Bertolini |
| ▪ MAST | - Claudio Antonelli |
| ▪ PIRELLI | - Alessandra Banfi |
| ▪ Università Milano Bicocca | - Giorgio de Michelis |

Svolgimento

Milano, 18 aprile 2013

presso Centro Didattico Istituto Piero Pirelli

20126 Milano - Viale Fulvio Testi 223 (angolo via Da Bussero)



con il patrocinio di

AUSED - Associazione Utilizzatori Sistemi e Tecnologie dell'Informazione



Copernico Working Group

Scaletta del workshop STUDIO DI BUSINESS

Inquadramento e focus sull'oggetto del workshop

cos'è e cosa non è "business" - Studio di business : perché, dove, quando, chi, gli errori più frequenti, come: schema metodologico generale STELLA POLARE

PARTE PRIMA - CAPIRE IL BUSINESS

Comprendere il business che cambia, in tempo utile per cambiare il proprio - Testimonianza su caso di riposizionamento aziendale Ricoh Italia

Massimiliano Barberis - Divisione Marketing Communication RICOH

Analisi del Posizionamento attuale

Approccio multi-vista, Mission, Radici, Mercato, Offerta, Concorrenza, Profilo del protagonista

La complessità dell'innovazione tra continuità e cambiamento - Contributo di riflessione su come gestire l'evoluzione del business

Giorgio De Michelis – DISCo, Università degli Studi di Milano - Bicocca

Allineamento servizio interno - Testimonianza su intervento IT-Value caso UK Ferrero

Daniel Mathieu - Direttore IT di FERRERO International

PARTE SECONDA - PIANIFICARE LO SVILUPPO

Generare la vision: estrapolare, proiettare o creare

Concepire alternative di futuro per definire strategia, struttura e organizzazione delle risorse

Dai bisogni di business al piano di azione - Testimonianza su Planning Process ICT Pirelli

Alessandra Banfi – Chief Information Officer PIRELLI

I dilemmi chiave del cambiamento

Vivere l'incertezza – Navigare sui confini dell'area di comfort – Affrontare la complessità: semplificare o gestire - Proattività/intraprendenza: atteggiamento, competenza, situazione

PARTE TERZA - BUSINESS PLAN

Come formulare una proposta convincente di business

Francesca Gatti - Corporate Quality Manager at Roadrunnerfoot Engineering

Valutazione di fattibilità / convenienza

Mario Citelli - Amministratore Delegato NEON società advisor per start up

Per iscrizione scaricare il modulo <http://www.mastconsulenza.it/ThinkTank/modulo.iscriz.CWG.workshop.pdf>



Copernico Working Group

Questo progetto del CWG non parte da zero

MANAGEMENT: SOCIETY AND TECHNOLOGY

MAST è una società di consulenza direzionale che si caratterizza per la competenza distintiva nello sviluppo congiunto di organizzazione e innovazione con la tecnologia <http://www.mastconsulenza.it>

APPROCCIO COPERNICO

L'approccio Copernico è un patrimonio metodologico di MAST. Nasce nel 1989 su base empirica, sulla traccia di alcune idee-guida di ispirazione generale, e poi viene continuamente sviluppato ed ingegnerizzato. Nel 1995 il lavoro di consolidamento dell'approccio metodologico si concretizza nella pubblicazione del libro "Copernico" http://www.mastconsulenza.it/libro_copernico/libro_copernico_index.htm

Negli anni successivi, lo sviluppo prosegue con ulteriori esperienze e con nuovi moduli metodologici. A seguito del progetto dedicato a IT Balanced Scorecard, è stato pubblicato un libro di testimonianze di casi applicativi http://www.mastconsulenza.it/libro_BSC/libro_BSC_index.htm

Le elaborazioni sui profili delle risorse professionali e sull'organizzazione delle professioni aziendali, hanno generato il testo "Le professioni per l'impresa" http://www.mastconsulenza.it/libro_professioni/libro_Professioni_Impresa.htm

COPERNICO WORKING GROUP (CWG)

Le tecniche implementative dell'approccio Copernico sono state continuamente sviluppate ed arricchite nel corso degli ultimi anni collaborando con le aziende che mantengono un rapporto di PARTNERSHIP. Il *Copernico Working Group* è l'ambito in cui si sviluppa questa collaborazione interaziendale, che ha già realizzato significativi e tangibili risultati.

PRECEDENTI PROGETTI INTERAZIENDALI CWG

1. I Sistemi Informativi come Servizio interno
2. La Qualità del Servizio dei Sistemi Informativi
3. Marketing interno dei Sistemi Informativi
4. Organizzazione interna dei Sistemi Informativi
5. Tecnologie Copernicane
6. Sviluppo delle Professioni Information Technology
7. Customer satisfaction e fidelizzazione del cliente interno
8. Gestione dell'informazione per il successo del business
9. Gestione della relazione tra Sistemi Informativi e Utenti/Clienti
10. Chi governa l'e-... in azienda
11. Aspetti cruciali del fenomeno e-learning
12. Balanced Scorecard per l'area IT
13. Gli informatici sono creativi?
14. Ruolo e profilo del futuro informatico: esperto, gestore o professionista
15. Sviluppo Strategia IT: visione, pianificazione e controllo direzionale

REFERENZE

In questi anni molte aziende hanno già avuto modo di apprezzare il *Copernico Working Group*:

Accenture, Alcatel, Alessi, AstraZeneca, Autogrill, Azienda Osped. Verona, Banca Popolare di Milano, Banca UCB, Bticino, Bull Italia, CIBA Italia, Credem, Dussmann, EMI Italiana, ENEL, Engineering, Europa Metalli, Factorit, Ferrero, FIAT, Fininvest, Galbani-Danone, Gucci, Intesa SanPaolo, Sole_24_Ore, Italcementi, Italiana Petroli, Kraft Foods Italia, Mediaset-RTI, NRG-Ricoh, Oracle, Osram, Pirelli, Procos, Publitalia '80, Reply, Saipem-ENI, Salumi Beretta, SAP, SAS Institute, Società Cattolica di Assicurazione, Schneider Electric, SIA-SSB, Sigma-Tau, Solvay, SKF Industrie, Tefal, Telecom, TIM, Unipol Assicurazioni, Vittoria Assicurazioni

