

Surfing the Change!



Italia, 18 novembre 2020



Come rispondere alla crisi in atto?

Alcune linee di indirizzo

- In molti settori **si sta accorciando la filiera economica**: si tratta di una dinamica presente sia nel BtoC che nel BtoB
→ nuovi mercati, nuovi modelli, nuove supply chain ...
- **«meno magazzini intermedi, meno movimentazioni, meno scorte»** grazie ad un nuovo modo di lavorare, di connettersi tra fornitore e cliente
- **Le imprese che stanno in mezzo alle filiere** devono per forza **ripensare i propri modelli di business e i propri processi operativi**: sia nell'Area del BtoC che del BtoB
- Verso nuove soluzioni organizzative e gestionali per presidiare la situazione attuale (di crisi) ma anche per **l'impostazione della ripartenza**: per farlo **occorre capire meglio e prima degli altri** l'evoluzione del proprio contesto di riferimento



Come rispondere alla crisi in atto?

Un'ipotesi di intervento

- Adattando al meglio e rapidamente i processi operativi e i flussi delle merci e delle informazioni, **sfruttando il più possibile la digitalizzazione oggi disponibile**
- **Impostando un'organizzazione snella, flessibile e capace di rispondere in tempo reale ai cambiamenti**
- Sviluppando la capacità strategica di **intervenire sui propri assortimenti**
- **Esplorando nuovi accordi e alleanze commerciali orizzontali e verticali**



Come rispondere alla crisi in atto?

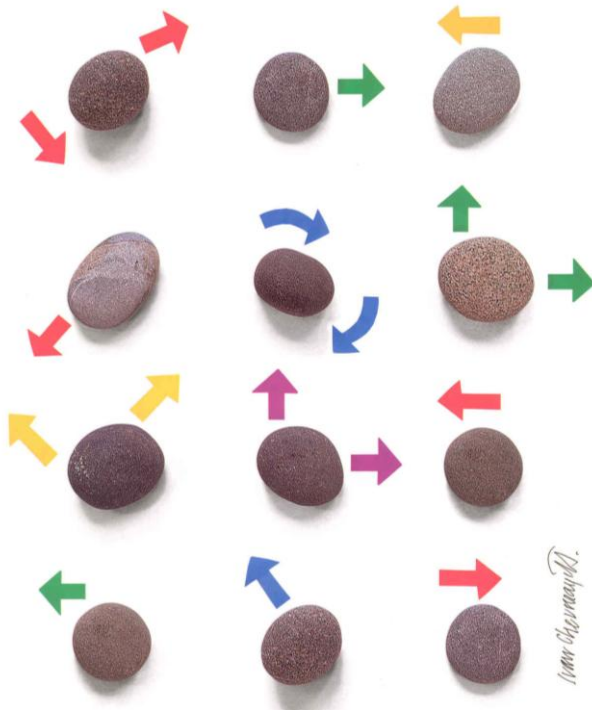
Un'ipotesi di intervento

- Disponendo dell'elasticità necessaria per **provare nuove impostazioni** sul fronte dell'organizzazione commerciale e della canalizzazione delle vendite
- **Rivedendo la gamma e ripensando il mix-canali (con tanto digitale)** per sviluppare un'efficace strategia dell'essenzialità per la sopravvivenza
- Intervenendo sulla organizzazione interna, soprattutto sulla **struttura delle risorse di competenza** (*skills, organigrammi e meccanismi di raccordo*)
- Accettando la prospettiva che **collaborare è un nuovo modo di competere** (*→ diversi fronti/cantieri aperti e tempi stretti*) **→ verso un nuovo approccio strategico**



Grossisti italiani: quale orientamento nel nuovo scenario di mercato?

Nei canali di distribuzione è in atto una nuova, vistosa forma di **convergenza competitiva** → **è un tutti contro tutti**



“Se non cambieremo direzione finiremo dove siamo diretti ...”
(Antico Proverbio Cinese)

“L’essenza della strategia è identificare un posizionamento diverso dai propri rivali”
(Michael E. Porter)

Nelle attuali condizioni di mercato “... non è il grande che supera il piccolo, ma il veloce il lento”
(Heinz Peter Halek)

Per affrontare le nuove sfide esistono 3 parole chiave:
flessibilità – semplicità – rapidità

