

Invito al Workshop

“CDO Workshop - Migliorare le performance di vendita”

Il workshop sarà diviso in due parti:

- 1 - **Quando: 19 Maggio 2009** dalle **16:00** alle **18:30**;
Dove: Sala azzurra CDO via Mauro Macchi 54 Milano - MM2 Caiazzo
- 2 - **Quando: 10 Giugno 2009** dalle **17:00** alle **19:30 + aperitivo e cena a seguire**;
Dove: Fondazione Peguy

Fino a ieri, per essere vincenti sul mercato era sufficiente comunicare le proprie capacità di creare un certo prodotto, esporre le qualità e le caratteristiche del proprio prodotto.

Oggi questo non è più sufficiente.

Occorre creare un'**offerta** per il mercato **così buona che non possa essere rifiutata dai clienti e che i concorrenti non possano o non vogliano imitare**, questa è la “**Mafia Offer**”.

Mafia Offer suona come qualcosa preso da un famoso film, non come qualcosa che vi permetterà di **migliorare realmente le performance di vendita**.

Il workshop è mirato a farvi capire che è esattamente il contrario. Capirete che **Mafia Offer** si può sviluppare in una qualunque azienda. Un'azienda che non abbia un particolare vantaggio competitivo (brevetti, tecnologia unica), che ha gli stessi asset dei concorrenti e persone dello stesso livello. E ancora che **Mafia Offer** non è basata su una riduzione del prezzo (cosa facilissima da imitare) ed è così buona che molti clienti l'accetteranno facilmente.

Programma del workshop:

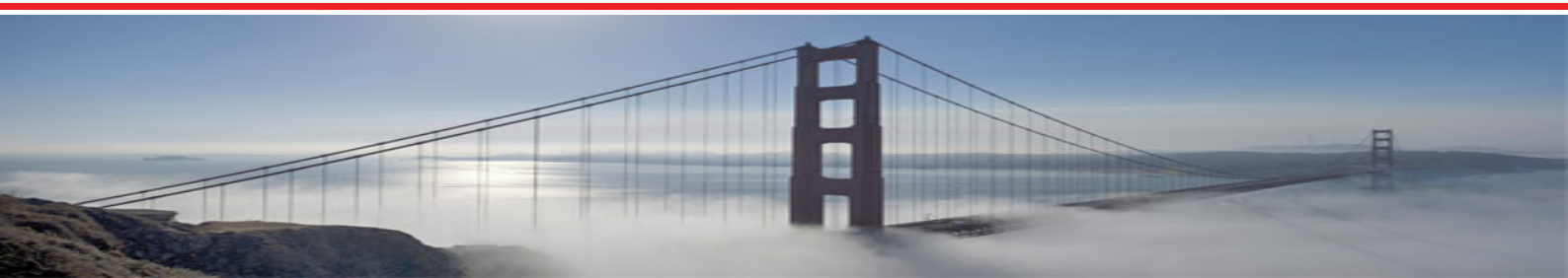
- La Teoria dei Vincoli (TOC) e l'approccio sistemico alla gestione aziendale: fondamenti concettuali, vincoli di Throughput e cognitivi
- Redditività dei prodotti e mix di produzione
- Le misure sistemiche della Teoria dei Vincoli: ottimizzazione del mix
- Aumentare la competitività superando i vincoli di mercato.
 - > Generare valore per l'impresa attraverso la generazione di valore per i propri Clienti. L'approccio al mercato TOC (Mafia Offer).
 - > Abbandonare i modelli mentali che ci limitano nella generazione di valore.
 - > Legare Marketing e Vendite allo sfruttamento del vincolo fisico dell'impresa e, quindi, alla generazione di valore.
- Un caso aziendale. Il percorso completo di un'azienda con produzione a commessa.

Ulteriori dettagli

Quando il constraint è nel Mercato: l'approccio TOC – Theory of Constraints – Mafia Offer

Il problema fondamentale per ogni organizzazione oggi consiste nel sapere coniugare due esigenze contrastanti: la necessità d'essere concreti nel breve periodo e dall'altra parte di prepararsi ai cambiamenti necessari nel medio periodo introducendo innovazioni di prodotto, di processo e organizzative.

La direzione proposta nel workshop è un approccio all'organizzazione e al pensiero e riguarda i metodi di governo della complessità.



Invito al Workshop

“CDO Workshop - Migliorare le performance di vendita”

La **Teoria dei Vincoli** (TOC, in inglese, Theory of Constraints) è un approccio organizzativo sistemico e fornisce soluzioni e strumenti per generare valore, attraverso la gestione ed il superamento dei fattori che limitano la crescita delle organizzazioni. Partendo dal fatto che ogni organizzazione è un sistema, cioè un insieme di componenti interdipendenti finalizzati al raggiungimento di un obiettivo comune, il concetto di base della **TOC** è che la capacità di raggiungere obiettivo è, in ogni situazione, limitata da un solo fattore, l'anello debole o vincolo.

Ne consegue che, al fine di controllare e migliorare il sistema, occorre innanzitutto focalizzarsi sul **vincolo**; vincolo che può essere materiale (una particolare risorsa, funzione, macchina) o “immateriale” (tipicamente le politiche dell'organizzazione; commerciali, gestione personale, ecc.).

Diciamo che un'organizzazione ha un **vincolo esterno** tutte le volte che essa si trova ad avere capacità in eccesso rispetto alla richiesta del mercato, ovvero quando essa non riesce a vendere tutto ciò che potrebbe produrre.

Quando il constraint è esterno, esso non è completamente sotto il nostro controllo, pertanto dobbiamo fare il possibile per riportarlo all'interno dell'organizzazione. Fare questo significa, in concreto, vendere la nostra capacità in eccesso.

Per aumentare in modo significativo la percezione del valore che il mercato ha di un prodotto, dobbiamo mostrare ai clienti, attuali e potenziali, che il nostro prodotto elimina non solo gli effetti negativi che essi solitamente esperiscono nell'acquisto e nell'utilizzo, ma la causa ultima che li genera, il loro problema di fondo.

Gli strumenti logici della **Teoria dei Constraint** permettono di analizzare e stratificare il mercato sulla base dei problemi di fondo del Cliente e di costruire offerte che li risolvano, le cosiddette “**offerte irrefutabili**”.

La teoria supporta l'approccio a Marketing & Vendite con il proprio sistema di misura e con i **Thinking Processes Tools (TP)**, gli strumenti a supporto dei processi di pensiero.

I **TP della TOC** offrono un potentissimo strumento di marketing che supporta il Cliente nella crescita strutturale della propria organizzazione. Anche in questo caso, il paradigma mentale con cui noi abbiamo sempre guardato al mercato ed alle vendite cambia radicalmente, aprendoci nuove prospettive di business.

Parallelamente, l'uso degli strumenti della **TOC** nel marketing e nelle vendite migliora significativamente il rapporto con i nostri clienti, perché ci pone nella posizione di chi comprende, anticipa e risolve il loro problema di fondo.

Che cosa rischiate a partecipare?

La partecipazione è gratuita.

Per ragioni organizzative la preghiamo di **confermare la sua presenza** a:

e-mail: e.vanoni@assetwork.it o tel: **030 2424337** chiedendo della dott.ssa Elisa Vanoni

