



Innovazione consapevole dei processi aziendali

WEBINAR 01 Aprile 2020



Biografia Relatore

Ingegnere Gestionale esperto di ottimizzazione dei processi aziendali. Dal 2014, in collaborazione con il Professor Agostino La Bella dell'Università Tor Vergata, ho analizzato centinaia di processi aziendali e sviluppato tool applicativi gestionali di supporto alle attività operative, mirati all'efficientamento della catena del valore dei processi mappati. Negli anni ho collaborato, tra le altre, con ENPAF, con Ised S.p.A., con Enel X, LaBella&Partners e Salero Innovation s.r.l.

Il mio obiettivo è aiutare i miei clienti a snellire e monitorare la loro attività imprenditoriale

Introduzione al Webinar

L'ultimo decennio ci ha visti immersi in un contesto imprenditoriale dinamico e in forte evoluzione. I paradigmi che prima governavano le scelte aziendali stanno mutando rapidamente, costringendo tutti gli attori coinvolti a rincorrere questa metamorfosi globale e rimanere competitivi sul mercato.

Il nuovo scenario innovativo che sta plasmando la nostra società non permette più di prescindere dalla tecnologia. Quest'ultima, però, è un complesso sistema di strumenti e come tale richiede competenza e consapevolezza.

In questo nuovo scenario, l'introduzione dell'analisi dei processi come fondamento della trasformazione digitale, è la migliore risposta per chi vuole diventare protagonista attivo di questi cambiamenti e cogliere nuove opportunità.

L'innovazione consapevole dei processi propone un insieme di trasformazioni tecnologiche, culturali e organizzative che implementate in maniera mirata, sostenibile e graduale garantiscono flessibilità e crescita in contesti imprenditoriali sempre più volatili.

Studiare l'intero sistema di creazione del valore ci permette di comprendere, controllare e guidare tutte le dinamiche che caratterizzano la filiera produttiva, di beni e servizi, così da prendere scelte strategiche consapevoli e mettere la tecnologia al nostro servizio.

Programma del Webinar

Che cos'è un processo aziendale

Breve descrizione dei processi aziendali: cosa sono, da cosa sono composti, quali sono gli elementi descrittivi che ci permettono di rappresentarlo e chi sono gli attori coinvolti in un processo aziendale.

Mappatura dei processi

Panoramica su che cos'è la mappatura dei processi, come viene eseguita, come viene rappresentata, quali strumenti abbiamo per farlo e perché è importante.

Analisi dei processi

Qual è l'obiettivo dell'analisi, quali tipo di analisi vengono eseguite a valle della mappatura dei processi, che tipo d'informazioni emergono, quali sono i parametri misurati (Tempi di esecuzione, FTE, WIP, frequenza di esecuzione, ecc.) e quali relazioni esistono tra questi parametri, simulazione di un caso tipo e analisi AHP.

Strategie d'intervento

Breve panoramica sulle strategie d'intervento mirate all'efficiamento dei processi aziendali.

Reingegnerizzazione e innovazione dei processi

Che cosa significa reingegnerizzare ed innovare un processo. Una breve descrizione delle strutture coinvolte, delle abilità necessarie e delle tecnologie adottate.

Pianificazione delle risorse d'impresa

Cosa significa pianificare le risorse d'impresa, quali sono i vantaggi e come integrare tutti gli aspetti di gestione aziendale: dall'approvvigionamento alla vendita. Come sfruttare l'innovazione digitale per supportare e automatizzare la pianificazione.

Ambiente IT flessibile

Come potenziare le strategie digitali utilizzando tecnologie giuste ed adattabili alle esigenze di un'organizzazione. Riuscire ad essere flessibili, testare progetti a basso costo e a basso rischio sfruttando la tecnologia per soddisfare le richieste dei consumatori.

Personalizzazione della customer experience

Considerare il cliente come un unico individuo che ha necessità e desideri. Migliorare l'esperienza di acquisto attraverso l'analisi dei dati e riuscire ad intercettare preferenze individuali attraverso le tecnologie presenti sul mercato.

Esperienza multicanale

Digitalizzazione dei punti di contatto, tra azienda e cliente, per offrire immediatezza, personalizzazione ed accessibilità. Gestire il nuovo modello di cliente, non più legato ad un singolo canale di vendita e che riesce ad ottenere quello che desidera, quando e come lo desidera