

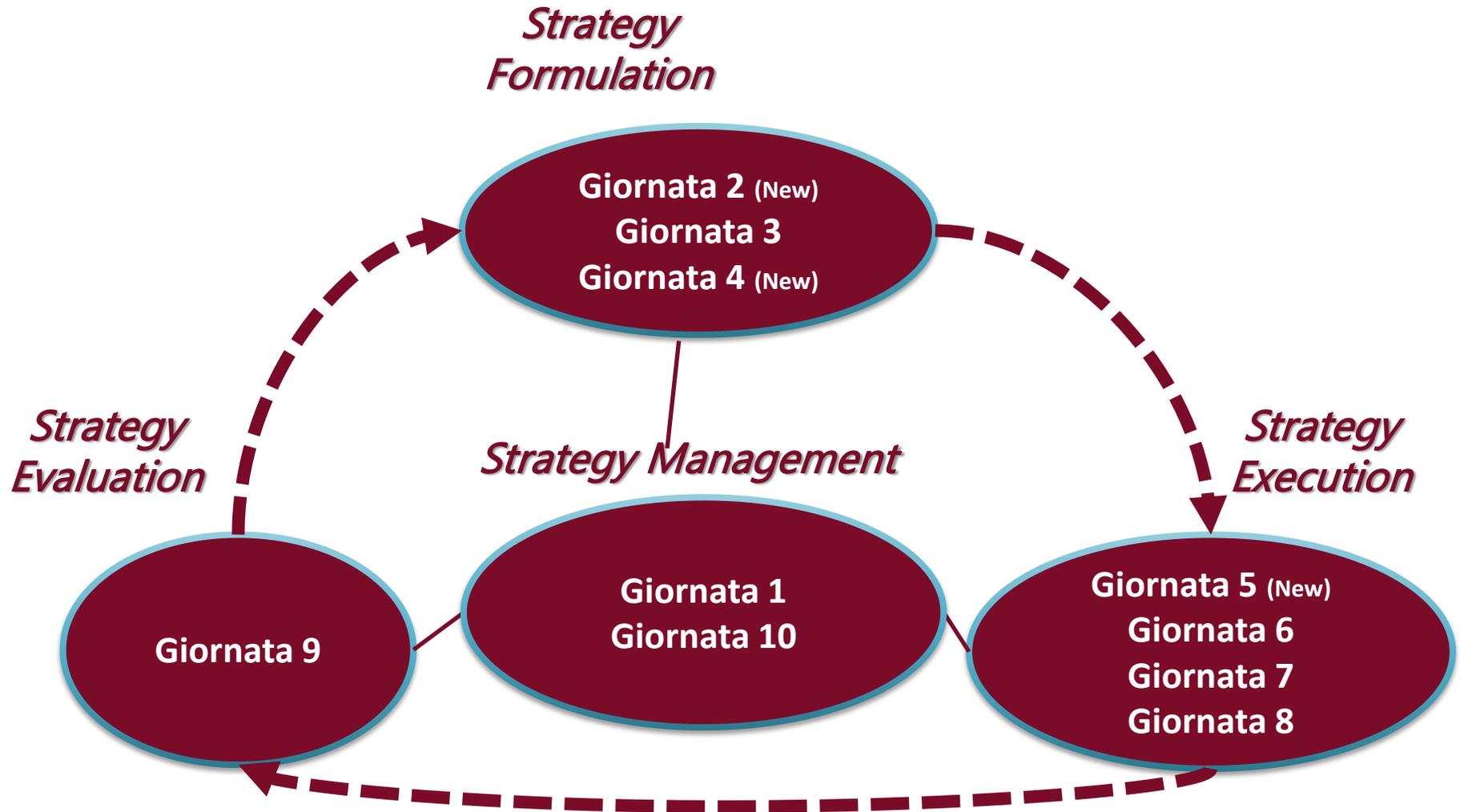


ADVANCED PLANNING & CONTROL PROGRAM

10 opportunità per migliorare i sistemi di Pianificazione e Controllo

- *Contenuti delle giornate caratterizzanti il percorso*

P&C for Strategy





P&C for strategy management
Giornata 1 – Venerdì 7 Aprile 2017

Quando la Pianificazione e il Controllo diventano strategici:
l'opportunità di creare un ufficio a supporto della gestione
della strategia (Office of Strategy Management)

- ✓ Quando la pianificazione e il controllo diventano strategici: le soluzioni che fanno la differenza
- ✓ Le tre fasi che caratterizzano il processo di riflessione strategica: formulazione, attuazione e valutazione
- ✓ L'Office of Strategy Management: i contenuti delle attività e i processi da attivare
- ✓ Strumenti e tecniche per la selezione delle informazioni necessarie alla formulazione della strategia
- ✓ Strumenti per l'attuazione della strategia: dal piano strategico alla BSC
- ✓ Il monitoraggio della strategia: strumenti e logiche per un reporting strategico
- ✓ Restano comunque i quattro ruoli del planner e del controller

- ✓ Siete sicuri di conoscere la strategia della vostra azienda?
- ✓ Il posizionamento strategico di impresa: come rilevarlo e come valutarlo
- ✓ Gli strumenti per rilevare il posizionamento competitivo
- ✓ Lo Stress-Test della strategia
- ✓ La strategia e la creazione di valore economico
- ✓ Come esprimere una valutazione di merito: Good Strategy or Bad Strategy?
- ✓ L'importanza di una visione dinamica del posizionamento strategico

- ✓ Il «ritorno» dello scenario planning: dai primi utilizzi del 1980 alla sua attuale utilità
- ✓ Lo scenario planning non per prevedere ma per presagire il futuro
- ✓ Le 7 fasi dello scenario planning
- ✓ L'impact analysis dei megatrend: la rilevanza dell'ipercompetizione
- ✓ Strategie di internazionalizzazione: la PESTEL analysis per valutare l'attrattività strategica dei mercati
- ✓ Disruptive innovation: quando l'innovazione crea valore
- ✓ Big Data: un'interessante opportunità per favorire l'innovazione



P&C for strategy formulation
Giornata 1V – Mercoledì 14 Giugno 2017

Come deve cambiare il controllo di gestione per essere a
supporto dell'innovazione

- ✓ Le miserie della Pianificazione e del Controllo tradizionale
- ✓ La miopia manageriale indotta dalle tecniche tradizionali di Planning & Control
- ✓ L'imperativo «innovare» richiede in azienda: il DNA dell'innovatore e strumenti che facilitino l'innovazione
- ✓ Cosa deve cambiare nel piano strategico: gli insegnamenti di Apple Computer
- ✓ Cosa deve cambiare nel calcolo dei costi e nell'elaborazione del budget
- ✓ Nuovi parametri di performance aziendale a supporto dei processi di innovazione

- ✓ Strumenti di Pianificazione e Controllo a supporto della Corporate Social Responsibility
- ✓ Green Management: opportunità o minaccia?
- ✓ Ascesa e declino del report ambientale
- ✓ Verso l'Integrated Reporting: le tendenze a livello internazionale
- ✓ Anche il Planning è opportuno che consideri le tre strategie: economico-finanziaria (Profit), ambientale (Planet) e sociale (People)
- ✓ Il rapporto di gestione integrato nella realtà italiana: è ancora Bilancio di sostenibilità?

- ✓ Il legame mancante tra strategia e gestione operativa
- ✓ La Balanced Scorecard (BSC) come strumento in grado di creare il legame mancante
- ✓ Le fasi necessarie per tradurre la strategia in azioni di gestione operativa
- ✓ La mappa strategica come momento fondamentale nell'elaborazione della BSC
- ✓ La necessità di individuare le poche variabili strategicamente rilevanti (Strategic Performance Indicators)
- ✓ Suggerimenti tecnici e di processo per il collegamento tra BSC e budget
- ✓ La versione di Kaplan in un video dell'Harvard Business School

- ✓ Le tradizionali tecniche di calcolo dei costi e il loro superamento: non sono i più i volumi l'unico driver dei costi ma la crescente complessità gestionale. Sono nati e stanno crescendo i chunky cost
- ✓ Il nuovo metodo di calcolo dei costi: Traceable Costing
- ✓ Dal cost control al cost management: l'importanza di comprendere le cause dei costi
- ✓ I principali strumenti di cost management: dal target costing al process costing
- ✓ Dall'Activity Based Costing alla Lean accounting
- ✓ La nostra proposta: il conto economico scalare per processi gestionali
- ✓ Dal conto economico di prodotto al conto economico di cliente

- ✓ Il budget è morto? Evviva il budget!
- ✓ Il vero problema del budget: fa cadere nella trappola della performance annuale
- ✓ Il budget non è una previsione ma un piano d'azione
- ✓ Le azioni strategiche da inserire a budget e la loro valorizzazione
- ✓ Un nuovo budget a completamento del sistema: il budget dei progetti strategici (Strategic Expenses Budget vs. Capital Expenses Budget)
- ✓ Quali accorgimenti si possono adottare per restituire efficacia al budget: il budget annuale ad orizzonte temporale aperto (rolling budget), il budget flessibile, il budget come raffinato modello di simulazione. Suggerimenti per elaborare il budget delle vendite: colonna portante dell'intero master budget

- ✓ L'importanza del sistema di reporting come meccanismo di apprendimento organizzativo, strategico ed operativo: un ruolo troppo spesso trascurato
- ✓ Le diverse dimensioni del reporting: quali dati e quali archi temporali scegliere
- ✓ La progettazione del sistema di reporting muove dall'individuazione dei fabbisogni informativi
- ✓ Non è mai un problema di scostamento complessivo: la necessità della variance analysis (Analisi degli scostamenti dovuti a: volume, quota di mercato, mix, prezzi ed efficienza)
- ✓ Dalle cause di primo livello alle cause primarie degli scostamenti
- ✓ Il reporting nell'era digitale: l'importanza dell'instant report
- ✓ La prossima sfida: tutte le informazioni online verso l'integrated reporting

- ✓ Il sistema di Planning & Control come parte del più ampio sistema di management
- ✓ Gli altri meccanismi operativi che caratterizzano il management system: in particolare il sistema di valutazione delle performance e di ricompensa/incentivazione
- ✓ Le possibili formule per l' incentivazione del management: la definizione a budget del bonus pool
- ✓ Gli obiettivi ai quali collegare ricompense e bonus: dallo short term al medio-lungo periodo
- ✓ Quali obiettivi finanziari sono da privilegiare: Roi, Eva o Ebitda/Cash Flow
- ✓ Quali obiettivi non finanziari sono da considerare: obiettivi legati a clienti, processi, apprendimento e innovazione
- ✓ I rischi in caso di mancata coerenza tra i vari meccanismi operativi

- ❑ Partecipazione a singole giornate 1.150 euro + IVA a giornata;
- ❑ Partecipazione da 2 a 7 giornate 950 euro + IVA a giornata;
- ❑ Oltre le 7 giornate l'importo complessivo diventa 6.900 € + IVA.
Con questa opzione si acquisisce il diritto di partecipare a tutte 10 le giornate
- ❑ Per le aziende che sottoscrivono più di 10 giornate il prezzo è di 640 € + IVA a giornata

Alle aziende e alle persone che hanno partecipato alle tre edizioni precedenti riconosceremo uno sconto sui prezzi di listino.

Per info e iscrizioni: Dario Gulino - apcop@liuc.it – 328.5431420

Eleonora Ferrari - eferrari@liuc.it – 0331.572374