

DIREZIONA

LA DIREZIONE CHE GENERA VALORE.

Un percorso in 5 fasi per trasformare la **strategia**
in **esecuzione**, **risultati** e **cambiamento sostenibile**.

I ANALIZZARE. ALLINEARE. ESEGUIRE. EVOLVERE.



LE 5 FASI DEL FRAMEWORK DIREZIONALE

Un percorso strategico in 5 fasi per trasformare visione, analisi e azione in risultati sostenibili.



FASE 1 Diagnosi Approfondita

Analizziamo a fondo l'azienda per comprendere la realtà operativa e finanziaria.



FASE 2 Mappatura Strategica

Mappiamo il contesto, il mercato e le opportunità per identificare le strategie potenziali.



FASE 3 Allineamento Strategico

Allineiamo la visione imprenditoriale con le strategie più efficaci per definire la rotta condivisa.



FASE 4 Piano d'Azione Esecutivo

Trasformiamo la strategia in un piano operativo con obiettivi, KPI e priorità chiare.



FASE 5 Sostenibilità del Cambiamento

Radichiamo la strategia nella cultura aziendale e assicuriamo miglioramento continuo nel tempo.



Dalla comprensione del presente **alla costruzione di una direzione sostenibile.**

FASE 1

DIAGNOSI APPROFONDATA

Capire dove si trova davvero l'azienda oggi.



1. PROFILO OPERATIVO

Raccolta strutturata di informazioni qualitative per delineare il profilo operativo, organizzativo e strategico dell'azienda.



Processi ed Efficienza

Rilevazione del livello di efficienza operativa e delle principali dinamiche organizzative.



Digitalizzazione

Inquadramento del livello di digitalizzazione e utilizzo degli strumenti a supporto dell'attività.



Obiettivi Strategici e KPI

Raccolta di informazioni su obiettivi, priorità e modalità di monitoraggio.



Cultura e Organizzazione

Identificazione degli elementi chiave legati a struttura, ruoli e allineamento interno.



Strategie di Crescita

Evidenza delle principali direttrici di sviluppo e delle aree di evoluzione percepite.



2. PROFILO FINANZIARIO

Analisi sintetica delle informazioni economico-finanziarie disponibili per delineare il profilo di sostenibilità aziendale.



Redditività

Valutazione della capacità dell'azienda di generare risultati economici sostenibili.



Solidità Patrimoniale

Inquadramento della struttura patrimoniale e dell'equilibrio finanziario complessivo.



Liquidità

Analisi della capacità di gestione degli impegni finanziari correnti.



Flussi di Cassa

Osservazione della dinamica finanziaria e della stabilità operativa.



Sostenibilità Finanziaria

Valutazione complessiva dell'equilibrio economico-finanziario nel tempo.



Ogni strategia solida parte da una **fotografia oggettiva** e completa.

FASE 2

MAPPATURA STRATEGICA

Definire il contesto, identificare le opportunità e le leve di valore per orientare le scelte strategiche.



1. ANALISI DEL CONTESTO

Comprensione del contesto interno ed esterno per individuare trend, rischi e fattori chiave che influenzano la strategia.



Analisi PESTEL

Esamina l'impatto dei fattori macro-ambientali: Politici, Economici, Sociali, Tecnologici, Ecologici e Legali.



Analisi delle Risorse e Competenze

Identifica gli asset e le competenze distintive che costituiscono il nucleo della competitività aziendale.



Catena del Valore di Porter

Scomponi le attività aziendali per identificare con precisione dove viene creato valore per il cliente.



Matrice di Ansoff

Esplora e valuta le diverse direzioni strategiche di crescita (prodotto/mercato).



Modello delle 5 Forze di Porter

Valuta l'attrattività del settore e le forze competitive che le governano.



Analisi di Benchmark

Confronta le performance aziendali con quelle dei concorrenti "best in class" del settore.



2. OUTPUT DELLA FASE ANALITICA

Sintesi delle principali evidenze e leve strategiche che emergono dall'analisi del contesto.



Mappa delle Strategie Potenziali

Rappresentazione sintetica delle opzioni strategiche emerse dall'analisi.



Aree di Valore

Individuazione delle aree in cui l'azienda può creare o aumentare valore.



Leve Strategiche

Selezione delle principali leve su cui costruire il vantaggio competitivo.



Opportunità di Crescita

Evidenza delle opportunità di sviluppo emerse dal contesto analizzato.



Priorità Emergenti

Identificazione dei temi strategici con maggiore rilevanza potenziale.



Ambiti di Evoluzione

Sintesi delle direzioni evolutive coerenti con il profilo aziendale.



Una mappatura chiara aiuta a trasformare complessità e intuizioni in **scelte consapevoli** e generare **valore sostenibile**.

FASE 3

ALLINEAMENTO STRATEGICO

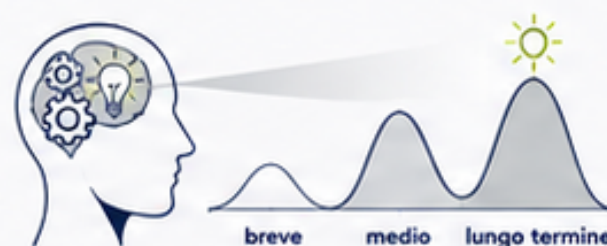
Dalla visione alla rotta:
definire le strategie congiunte
e il futuro dell'impresa.



1. INPUT: VISIONE & ANALISI

Raccolta e sintesi della visione imprenditoriale
e delle analisi svolte.

Analisi della Visione Imprenditoriale



Si delinea il profilo strategico, le priorità a
breve/medio/lungo termine e la visione
dell'imprenditore.

Mappa delle Strategie Potenziali



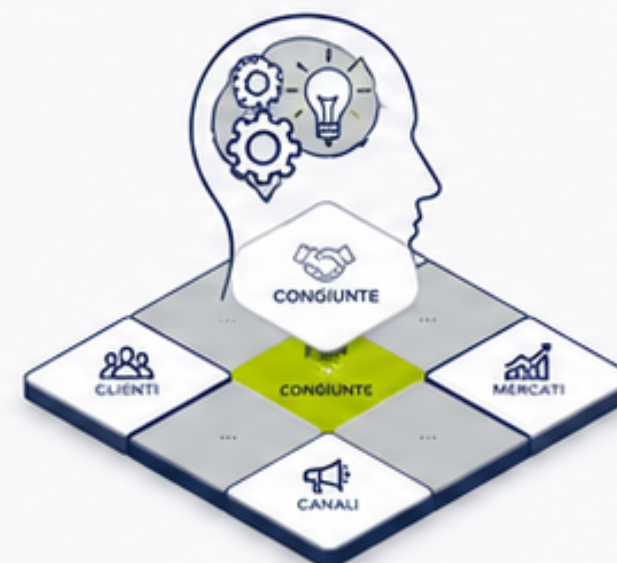
Si utilizza la matrice a 9 quadranti che
incrocia i fattori interni (eccellenze/carenze)
con le dinamiche esterne
(opportunità/minacce).



2. PROCESSO: IDENTIFICAZIONE DELLA ROTTA

Sovrapposizione e allineamento per definire
le strategie congiunte.

Sovrapposizione e Allineamento



La visione imprenditoriale viene
sovrapposta alla mappa analitica
per identificare le sinergie.

Definizione delle "Strategie Congiunte"



Si evidenziano le iniziative strategiche
che risultano perfettamente allineate
con la visione dell'imprenditore.



3. OUTPUT: IL FUTURO DEL BUSINESS

Traduzione delle strategie congiunte
in un modello di business evoluto.

Elaborazione del Business Model Canvas Evoluto

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
	Key Resources		Channels	
Cost Structure		Revenue Streams		

Si crea un modello visivo che descrive
come il business evolverà per
supportare le Strategie Congiunte.



Allineare **visione**, **analisi** e **azione** per costruire il **futuro dell'impresa**.

FASE 4

PIANO D'AZIONE ESECUTIVO

Dalla strategia all'azione:
trasformare la rotta in un piano concreto
per i prossimi 12-18 mesi.



1. DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI STRATEGICI SMART

Si identificano 3 obiettivi principali, rendendoli Specifici, Misurabili, Raggiungibili, Rilevanti e Definiti nel Tempo.



✓ Specifici	Chiaramente definiti
✓ Misurabili	Con metriche concrete
✓ Raggiungibili	Realistici e ambiziosi
✓ Rilevanti	Allineati alla strategia
✓ Definiti nel Tempo	Con scadenze precise



2. ASSEGNAZIONE DI KPI E OBIETTIVI OPERATIVI

Ad ogni obiettivo strategico vengono associati KPI con target precisi e 2 obiettivi operativi correlati.



	KPI e Target Indicatori chiave con target
	Obiettivo Operativo 1 Iniziative e risultati attesi
	Obiettivo Operativo 2 Iniziative e risultati attesi



3. IDENTIFICAZIONE DEI PROGETTI STRATEGICI

Si lancia un progetto dedicato per ogni obiettivo, definendone team, budget, KPI e pianificazione in macro-fasi.



Team
Risorse e responsabilità dedicate



Budget
Allocazione delle risorse necessarie



KPI
Indicatori di successo del progetto



Pianificazione in Macro-fasi
Timeline e milestone principali



4. CREAZIONE DEL PIANO D'AVVIO (PRIMI 30 GIORNI)

Si stila una checklist settimanale di azioni immediate per garantire un avvio focalizzato e generare momentum.

1



Settimana 1
Azioni chiave di avvio

2



Settimana 2
Azioni chiave di avvio

3



Settimana 3
Azioni chiave di avvio

4



Settimana 4
Azioni chiave di avvio



Momentum e Avvio Focalizzato

“

Un piano chiaro trasforma la strategia in **progressi misurabili** e **risultati concreti**.

FASE 5

SOSTENIBILITÀ DEL CAMBIAMENTO

Tre pilastri per radicare la strategia nella cultura aziendale e garantirne il successo a lungo termine.



1. GESTIONE DEI FATTORI CRITICI DI SUCCESSO



Identificare i Rischi

Per ogni progetto strategico si individuano i principali ostacoli che potrebbero compromettere il successo.



Governare le Criticità

Si definiscono azioni preventive e correttive per gestire i rischi e assicurare i risultati.



2. COMUNICAZIONE DELLA DIREZIONE STRATEGICA



Fase 1:
Lancio della Visione
(Mese 1)

Condividere la nuova rotta aziendale per generare allineamento, motivazione e slancio iniziale.



Fase 2:
Coinvolgimento Continuo
(Mesi 2-12)

Mantenere l'organizzazione aggiornata e coinvolta attraverso comunicazioni costanti sui progressi.



Fase 3:
Celebrazione dei Successi
(Mesi 6, 12, 18)

Riconoscere i traguardi raggiunti per rafforzare la motivazione e la fiducia nel percorso intrapreso.



3. SISTEMA DI REVISIONE STRATEGICA



Definizione dei "Trigger Point"

Si identificano i fattori chiave da monitorare e si fissano soglie di allarme precise.



Attivazione della Revisione

Il superamento di una soglia innesca la necessità di rivedere e adattare la strategia.



Garantire Agilità Strategica

Assicura che l'azienda possa reagire prontamente ai cambiamenti significativi del contesto interno o esterno.



La strategia vive ogni giorno: **gestire, comunicare, rivedere** e **adattare** per crescere nel tempo.

Dalla Strategia all'Esecuzione.

Il framework **DIREZIONA** trasforma analisi, visione e pianificazione in una roadmap concreta di crescita sostenibile.



ANALIZZARE



ALLINEARE



ESEGUIRE



EVOLVERE

La strategia genera **valore** solo quando diventa **direzione** condivisa.

