



*Consulenza di Direzione e Organizzazione Aziendale
Servizi Integrati per l'Internazionalizzazione, il Marketing, le Vendite e l'Export delle PMI*

GSA Consulting identifica la nostra attività di Consulenza in Direzione e Organizzazione delle Imprese: ci adoperiamo infatti per la **G**estione delle problematiche e proponiamo **S**oluzioni **A**ziendali coerenti, dopo aver fatto opportune analisi di check-up interne ed esterne, rispetto l'obiettivo da condividere.

Il nostro approccio ha un taglio sartoriale, sia sull'impresa sia sull'imprenditore ed una visione estremamente legata al mercato di riferimento.

Assicuriamo ai clienti ottima qualità del servizio, risultati e affidabilità.

La nostra etica risponde alla chiarezza, alla trasparenza e al dialogo.

Finalizziamo il lavoro alla risoluzione dei problemi e agli obiettivi. Garantiamo massima riservatezza.

Le esperienze professionali precedenti, hanno permesso di avviare nel 2001 il nostro progetto.

L'attività è gestita dal Dott. Graziano Caimmi che dopo aver operato per un ventennio in ambiti commerciali e di marketing, su aziende multinazionali e aziende italiane di medio-piccole dimensioni, oggi è al servizio delle PMI.

Aree di attività per la gestione di azienda:

- VENDITE
- MARKETING
- COMUNICAZIONE
- ORGANIZZAZIONE PER PMI
- VALUTAZIONE DELLE RISORSE UMANE

- SERVIZI INTEGRATI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE D'IMPRESA



Mission

La nostra mission è affiancare le Piccole e Medie Imprese (PMI) per migliorare la loro organizzazione, implementare un appropriato marketing e una giusta metodica nelle vendite.

Giorno dopo giorno ci adoperiamo per fornire quindi:

- **Servizi di Consulenza in Direzione e Organizzazione.**
- **Servizi integrati per l'area Commerciale, del Marketing, delle Vendite e per l'Internazionalizzazione.**



IL NOSTRO METODO

Ogni impresa è la viva espressione di chi la gestisce e quello che la contraddistingue non sono tanto le tecnologie o gli strumenti, bensì le risorse umane, i loro skills e l'organizzazione.

Siamo sempre a fianco dell'imprenditore e dei suoi collaboratori coinvolti nei programmi di sviluppo o di cambiamento. Cerchiamo di utilizzare sia il metodo del "fare", sia il metodo del "far fare", in modo che gradualmente le risorse interne siano coinvolte e partecipi nei progetti stessi dell'impresa.

"L'obiettivo" è di "affiancare imprenditori sensibili" che riconoscano la **necessità di essere aiutati**, condividendo con noi le loro visioni aziendali e i processi organizzativi di miglioramento, di crescita, di pianificazione e di metodologia.

Il lavoro richiesto può essere svolto in azienda a supporto dell'imprenditore, con i diretti responsabili di area, sul mercato, presso le fiere, presso i clienti, ecc. e presso i nostri uffici, per ogni elaborazione necessaria dei dati.

"Eventuali" altri specialisti o partner possono essere integrati nel progetto. **I nostri partner** ricoprono molteplici attività, quali finanza e controllo, risorse umane, qualità, sistemi informativi, sicurezza, creazione di impresa, marchi e brevetti, aspetti giuridici e ogni altra area di interesse.

Dopo un incontro iniziale finalizzato alla conoscenza dei bisogni aziendali, **le fasi del rapporto con il nuovo cliente possono essere:**

Prima fase:

descrizione e proposta delle modalità operative del progetto.

Seconda fase:

avviamento del lavoro secondo le linee guida prestabilite.

Terza fase:

condivisione, implementazione e sviluppo esecutivo di ogni fase del progetto.

Quarta fase:

verifica periodica del progetto nel suo insieme.

Quinta fase:

assistenza e supervisione del progetto implementato.



Le aziende generalmente attraversano un ciclo di vita composto da 4 fasi-stadi del consolidamento*:

**(A.T. Kearney Grame K. Deans - Fritz Kroeger e Stefan Zeisel: Winning Merger Endgame - Mc Graw-Hill - 2002 The consolidation Curve - Harvard Business Review - dic. 2002)*

- avvio in nuovi settori
- crescita
- core-business
- equilibrio e alleanze

Anche le piccole aziende hanno iniziato e stanno cercando oggi di creare reti, collaborazioni, sinergie e attività satelliti tra loro.

Le imprese italiane sono costrette a puntare sempre più su creatività e flessibilità; sopravvive il più adatto al mercato, non il più grande.

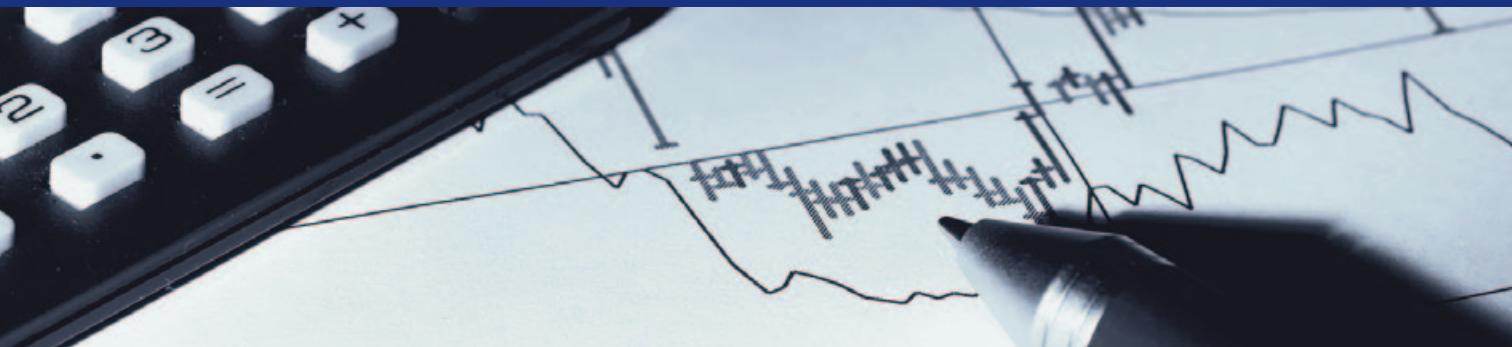
Ogni azienda, rispetto alla propria dimensione, deve identificare chiaramente i propri punti di differenziazione attraverso una politica produttiva e di marketing tesa a valorizzare queste differenze, da perseguire in maniera metodica, coerente e chiara.

Il nostro lavoro si inserisce nel contesto di gestione d'impresa e per lo sviluppo sul mercato internazionale.

- Pianificazione e implementazione delle strategie di marketing
- Creazione del piano di marketing
- Ricerche di mercato
- Analisi del comportamento di acquisto del cliente (CRM - Customer Relationship Management o Gestione delle Relazioni con i Clienti = fidelizzazione dei clienti)
- Valutazioni e analisi della gestione dei processi di acquisto nel BtoB e nel BtoC
- Analisi delle linee, del mix dei prodotti, del branding, packaging, labelling
- Analisi della segmentazione e differenziazione dei prodotti attraverso qualità, design, servizi di supporto, innovazione
- Definizione delle politiche e degli obiettivi di pricing: definizione del prezzo per prodotto e per mercato; valutazione dei prezzi di concorrenza
- SCM (Supply Chain Management) ovvero capire come gestire la catena di distribuzione per il controllo delle diverse attività logistiche d'azienda, con l'obiettivo di controllare le prestazioni e migliorarne l'efficienza
- Valutazione e adeguamento dei canali di vendita per il prodotto e per l'azienda
- Analisi e valutazione della comunicazione e della promozione delle vendite
- Studio e analisi di fattibilità per nuovi prodotti e/o nuovi progetti
- Studio e realizzazione degli strumenti di marketing (loghi, brand, presentazioni aziendali, cataloghi di prodotto, web communication)

VENDITE

- Metodiche di pianificazione e controllo delle vendite
- Il budget delle vendite (implementazione, analisi e controllo)
- Metodiche di analisi, valutazione commerciale ed economico finanziaria dei clienti
- Programmazione dell'attività di vendita
- Check-up: analisi, controllo e organizzazione della rete di vendita
- Ricerca, selezione, motivazione, affiancamento, formazione della forza di vendita
- Analisi, valutazione e ridefinizione degli strumenti di vendita



CONTROLLO DI GESTIONE

- Analisi del processo di controllo dell'impresa
- Controllo e monitoraggio periodico dei risultati d'azienda
- Implementazione del processo di formulazione del budget ed elaborazioni dei budget operativi per funzione (vendite, acquisti, economico-finanziari)
- Reporting, analisi degli scostamenti e definizione delle azioni correttive
- Analisi e valutazioni dei costi del prodotto
- Metodiche di contabilità industriale, modelli di preventivazione, DC (Direct Costing), FC (Full Costing), ABC (Activity Based Costing), per la politica di vendita

Risorse umane

- Ricerca e selezione (aree commerciali, marketing, vendite)
- Valutazione delle risorse interne
- Motivazione e formazione
- Analisi per la definizione dei processi di cambiamento organizzativo

STRATEGIA

- Valutazione della mission e degli obiettivi di lungo termine
- Analisi di minacce e opportunità
- Analisi dell'ambiente competitivo e dei concorrenti
- Analisi di vantaggi, risorse, swot analysis e banckmarking
- Valutazione delle capacità e possibilità di diversificazione
- Valutazione e revisione della contrattualistica clienti, fornitori, distributori, agenti
- Business Plan – piani industriali strategici pluriennali, come strumento finalizzato allo sviluppo e/o alla riorganizzazione delle aziende, al flusso informativo, al rifinanziamento e al dialogo con enti, istituti di credito, soci, partners potenziali

EXPORT e servizi INTEGRATI

Operare sui mercati esteri è divenuta oggi una strada obbligata per ogni tipo e dimensione di impresa; ciò presuppone una grande determinazione e volontà dell'imprenditore che si trova costretto a pianificare i necessari investimenti a medio-lungo termine e a mettere in campo risorse, strumenti e giuste competenze.

Il nostro ufficio è da molti anni già inserito ed operativo in questo, offrendo alcuni **Servizi e Attività di supporto all'export e all'internazionalizzazione:**

- Funzione part-time di direzione commerciale e management
- Check-up di valutazione della capacità e delle potenzialità di internazionalizzazione dell'impresa
- Servizi operativi di back-office e customer care per la gestione e lo sviluppo dei clienti esteri (in varie lingue)
- Missioni e affiancamento presso fiere di settore
- Missioni con e/o per conto dell'imprenditore su clienti e/o paesi esteri (Europa, Russia, Asia, ecc.)
- Valutazione di fornitori esteri
- Valutazione di processi di localizzazione aziendale per lo sviluppo di specifici mercati
- Analisi e affiancamento a progetti di joint-venture o partnership con distributori e agenti esteri
- Analisi di mercato in paesi esteri



GSA Consulting di Caimmi Graziano

Consulenza di Direzione e Organizzazione Aziendale

Servizi Integrati per l'Internazionalizzazione, il Marketing, le Vendite e l'Export delle PMI

Via N. Sauro, 11/A - 60035 Jesi (AN) - ITALY

T. +39 0731 203153 - **F.** +39 0731 203153

www.gsaconsulting.it - info@gsaconsulting.it