

# iBDManagement

## The Business Development Route

### iBDManagement

### SVILUPPO STRATEGICO ICT

#### Fact Sheet

v.1.1

8 aprile 2016

Rif: iBDM/CMN/FS001E/11



The Business Development Route

## SOMMARIO

<b>1.</b>	<b>SVILUPPO STRATEGICO DEL BUSINESS NELL'INDUSTRIA DEL SOFTWARE .....</b>	<b>3</b>
1.1	INTRODUZIONE .....	3
1.2	CONCEZIONE DEL NUOVO BUSINESS .....	3
1.3	MODELLAZIONE E SVILUPPO DELLA STRATEGIA .....	3
1.4	STRATEGIA E CONTROLLO DELLE PERFORMANCE (BUSINESS PERFORMANCE CONTROL) .....	4
1.5	STRATEGIA DI GESTIONE DELLA RETE .....	4
1.6	STRATEGIA FINANZIARIA .....	5

## 1. SVILUPPO STRATEGICO DEL BUSINESS NELL'INDUSTRIA DEL SOFTWARE

### 1.1 Introduzione

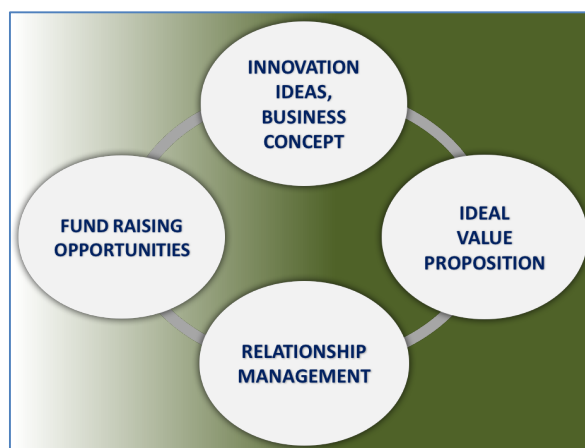
Quando dirigiamo un'impresa una delle questioni più importanti da affrontare costantemente è come rendere efficace lo sviluppo di nuovi business, per fare questo dobbiamo avere idee, capacità di ascoltare e raccogliere informazioni in modo efficace, senso del business, visione del mercato, percezioni strategiche. Qualcuno sostiene che la strategia è come un essere vivente, respirante, un gioco totalmente dinamico; noi condividiamo in parte questa visione perché pensiamo che ai fattori emozionali dobbiamo affiancare approcci metodologici che consentano di spiegare, condividere, convincere chi è coinvolto nell'impresa a comprendere come rendere efficace e di successo l'implementazione di una strategia. Per questo motivo proponiamo di affiancare all'idea imprenditoriale il supporto di collaudate metodologie per aiutare le imprese e rendere veloce, continuo e scalabile lo sviluppo del proprio business.

### 1.2 Concezione del nuovo business

La generazione delle idee relative ad un nuovo business è un processo mentale e relazionale che coinvolge normalmente più individui, questa fase in ogni caso termina con l'abbozzo di una potenziale business da valutare secondo uno schema bid-no bid.

Le risposte che cerchiamo:

- Come sviluppare un processo innovativo
- Quali valori dobbiamo soddisfare
- Quali relazioni dobbiamo coltivare per ricevere e dare stimoli
- Quali relazioni dobbiamo mantenere per reperire i quattrini necessari



### 1.3 Modellazione e sviluppo della strategia

Il termine "business Model" è diventato importante come tema di discussione nella strategia d'impresa con l'avvento di Internet e la rapida diffusione dei applicazioni in rete. L'evoluzione dal ridisegno dei processi a seguito della rivoluzione informatica attraverso il business modeling dei processi ha portato ad applicare metodologie strutturate anche nella definizione dei modelli di impresa attraverso l'applicazione del modeling alla strategia di impresa. Il Business Model descrive come l'impresa opera e specificatamente come essa genera valore per i portatori di interesse e come genera profitti per i proprietari. Il supporto alla strategia d'impresa che IBDM propone, integra metodologie disponibili sul mercato in uno schema logico che consente pianificare e progettare il funzionamento del nuovo business o la revisione del business attuale.

Le risposte che cerchiamo:

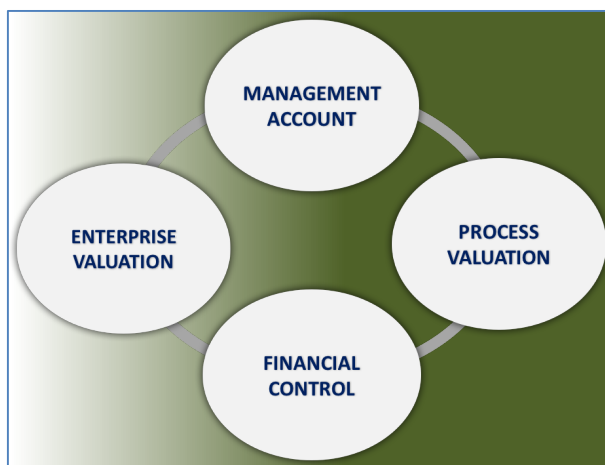
- Quali sono i trends, i condizionamenti, i vincoli che l'ambiente circostante l'iniziativa pone come possibili scenari?
- Quali sono gli elementi che ispirano l'iniziativa ed esprimono gli indirizzi dell'impresa e come misuriamo il raggiungimento degli obiettivi?



- Quale sarà il modello di business vincente?
- Quali passi dobbiamo realizzare per implementare la strategia vincente?
- Quali sono le dimensioni economiche del business e quali risorse finanziarie ci serviranno?
- Il Business potrà essere profittevole ed in quanto tempo?

#### 1.4 **Strategia e controllo delle performance (Business Performance Control)**

Il controllo delle performance di un qualsiasi business è, nella maggior parte dei casi, delegato al chi si occupa di finanza e controllo (CFO) dell'azienda; noi crediamo sia, invece, una responsabilità condivisa, dove il linguaggio di valorizzazione monetaria è l'unico comune a tutti i soggetti coinvolti sia interni sia esterni. Per questo motivo è importante, al di là di quanto già previsto dalla rendicontazione imposta dalla legge (bilancio, note integrative,...), impostare un modello di gestione, condiviso dal management aziendale, dove confrontarsi su misurazioni oggettive. Il modello parte dalla descrizione dei processi, dalla definizione e la misurazione dei KPI, ed attraverso la modellazione del modo con cui le risorse sono assorbite, ed alla traslazione nel tempo degli aspetti economici in valori finanziari per arrivare ad avere una quadro logico e coerente di quanto la strategia in atto porta a valutare l'azienda.

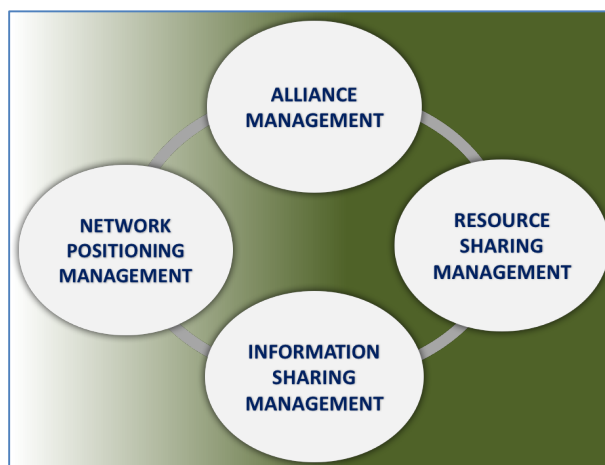


Le risposte che cerchiamo:

- Quali sono gli aspetti e gli elementi economici da tenere sotto controllo? Quanto va come approfondita la contabilità direzionale?
- Con quali misurazioni è necessario ed utile controllare i processi dell'impresa?
- Quali sono gli elementi finanziari da pianificare, monitorare e controllare con attenzione?
- Quanto vale la nostra impresa e come dobbiamo considerare il valore nello sviluppo della strategia?

#### 1.5 **Strategia di gestione della rete**

La gestione della rete dei Partners siano essi semplici fornitori o partecipanti a joint ventures sta diventando sempre più strategica, ormai le aziende in qualsiasi business non possono più realizzare i propri processi in autonomia, devono focalizzarsi sul proprio "core business" ed utilizzare le collaborazioni il più possibile per disporre del giusto livello di competenza necessario. Da questa inevitabile situazione, ciascuna impresa deve porsi il problema di come gestire le alleanze sia strategiche sia operative in modo da trarre il maggior vantaggio possibile. Impostare l'approccio al "network advantages" è un elemento strategico per l'impresa, nell'ambito ICT in particolare dove lo sviluppo, sempre più travolgente, di nuove tecnologie ed il fabbisogno crescente di competenze genera criticità nella gestione delle proposte verso i clienti per fare fronte alle nuove aspettative e quindi nell'aumento del livello di rischio in ogni iniziativa di business.



Le risposte che cerchiamo:

- Quali sono i modi più efficace per creare alleanze?
- Come riusciamo ad integrare le risorse ed ottenere benefici per entrambi?

- Qual è il livello di integrazione che dobbiamo condividere in termini di informazioni per essere efficaci?
- Quale ruolo dobbiamo avere nella gestione della partnership?

### 1.6 **Strategia finanziaria**

Qualsiasi strategia necessita una solida valutazione di fattibilità finanziaria, nel Business Plan si evidenziano i fabbisogni e le opportunità percorribili, ma in ogni caso al momento di implementare la strategia diventa inevitabile valutare le varie opzioni di finanziamento e soprattutto valutare la sostenibilità finanziaria del progetto.

Normalmente i tempi della finanza non sono mai allineati al fabbisogno dell'imprenditore per questo motivo è importante nello sviluppo di qualsivoglia strategia analizzare il ventaglio applicabile dall'acquisizione di finanziamenti agevolati alle operazioni di acquisizione o cessione di quote.

Le risposte che cerchiamo:

- Qual è il fabbisogno finanziario necessario e come facciamo ad ottenerlo al minor costo?
- E' meglio essere parte di una organizzazione solida finanziariamente oppure continuare in autonomia con continuo limiti allo sviluppo dovuti alla carenza di disponibilità di denaro?
- Lo sviluppo della nostra organizzazione passa per accordi e joint ventures di vario genere oppure è meglio procedere con una acquisizione diretta?

