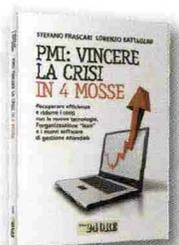


LIBRI

Rilanciare la competitività delle piccole e medie imprese

Frasconi S., Battaglini L., "Pmi: vincere la crisi in 4 mosse", Il Sole 24 Ore, formato 14 x 21 cm, pagg. 180, € 22,00.

Questo periodo di crisi generale può essere trasformato da molte imprese in un'opportunità per rilanciare, in maniera stabile e duratura, la propria competitività e la propria presenza sul mercato. Come ottenere questo obiettivo lo spiegano, in maniera semplice ed esaustiva gli autori di questo libro, esperti di sistemi software gestionali e di tecnologie per la gestione d'impresa.



Per ricominciare a produrre ricchezza è assolutamente necessario che l'impresa si concentri sulla propria organizzazione e adotti nuovi strumenti informatici e tecnologici con i quali, ottimizzando i processi produttivo-commerciali e tutti i flussi aziendali interni ed esterni, possa eliminare gli sprechi e ridurre i costi, sia al proprio interno sia lungo la propria filiera. La strada tracciata nel volume indica alcuni percorsi che, con investimenti molto ridotti e accessibili per tutte le dimensioni d'impresa, consentono di raggiungere una maggiore efficienza dei processi attraverso l'ausilio delle nuove tecnologie. Partendo dall'analisi degli aspetti legati all'attuale crisi finanziaria e produttiva, gli autori descrivono una sequenza di soluzioni finalizzata alla riorganizzazione delle 4 aree fondamentali di ogni impresa: 1) ciclo degli acquisti e gestione scorte, 2) processi commerciali, 3) gestione della produzione, 4) sistemi di comunicazione. Le analisi degli autori dimostrano la redditività di alcuni investimenti specifici, in particolar modo quelli legati all'introduzione del portale fornitori, della movimentazione wireless delle merci, dell'utilizzo del Crm, dell'e-commerce, della pianificazione e schedulazione di produzione, del protocollo in "tempo reale" delle risorse aziendali, della telefonia IP integrata con il sistema gestionale e con i nuovi sistemi per la gestione delle mail. ■

Competenze che vengono da lontano

Zamagni V., 2009, "Finmeccanica", Il Mulino, formato 14 x 22 cm, pagg. 386, € 28,00.

Finmeccanica fa parte di una collana - storie di imprese - che raccoglie studi su importanti imprese italiane, nella convinzione che indagarne e diffonderne la storia possa fornire un'importante contributo alla conoscenza del tessuto economico del nostro Paese. Questo volume rappresenta il momento più significativo nell'ambito delle celebrazioni del 60° anniversario della fondazione di Finmeccanica. La prefazione del libro è di Giulio Tremonti, che sottolinea il rapporto tra Stato e mercato, per riflettere sulla natura e sul ruolo delle aziende pubbliche all'interno delle economie capitalistiche. La storia di Finmeccanica è un esempio di come oggi si possano e debbano rimettere in discussione gli stereotipi che sono stati prevalenti negli ultimi trent'anni. Nata nel 1948 dall'Iri, Finmeccanica è oggi l'esempio di come una società interamente pubblica, prima, e poi quotata in borsa pur se ancora controllata dallo Stato, operativa in un settore altamente concorrenziale a livello internazionale, possa comunque raggiungere un alto grado di efficienza e di redditività. Non solo Finmeccanica ha contribuito e contribuisce in modo importante alla ricerca tecnologica avanzata, con effetti positivi per tutto il sistema economico italiano. Il libro descrive la storia di Finmeccanica in tutti i suoi aspetti fino ai giorni nostri. Il volume è ricco di illustrazioni: tabelle, organigrammi, diagrammi, disegni che aiutano il lettore nel capire l'evoluzione e la crescita di questa importante azienda italiana. ■



Perché e come cambiare

Ridderstrale J., Wilcox M., 2009, "Ri-carica l'azienda", Franco Angeli Editore, formato 15,5 x 23 cm, pagg. 223, € 26,00.

Oggi tutti sanno quali cambiamenti sono in atto nel mondo e che cosa occorra fare nella propria azienda. Ma il cambiamento di rado si verifica in maniera naturale o pianificata. Perfino le imprese di successo si accorgono di non cambiare con sufficiente rapidità e vengono fatte a pezzi da aziende più piccole e più veloci. Per poter cambiare le organizzazioni hanno bisogno di comprendere il perché e il come. Questo è il motivo perché il libro è diviso in due sezioni interconnesse. La prima parte spiega il quadro generale, il perché. Questa sezione si focalizza sulle domande: Perché la leadership costituisce un fattore critico per realizzare il cambiamento nel business? Perché il management non è più sufficiente? Perché le persone di talento cui tutti noi diamo la caccia per assumerle richiedono molto di più ai loro leader? Perché il far meglio di quanto abbiate mai fatto non serve necessariamente a garantire il vostro futuro? Perché la leadership ricaricata sta emergendo come discriminante fra il vedere più e più volte la vostra curva di crescita volgere verso il basso e quelle rigeneranti volgere invece verso l'alto?



La seconda parte affronta il tema del modo in cui poter attivare oggi il cambiamento. Per poter fare qualcosa infatti avete bisogno di sapere come farla. In che modo le azioni quotidiane dei leader influiscono sul raggiungimento degli obiettivi aziendali? In che modo le azioni quotidiane dei leader portano all'impegno di persone che vogliono offrire un contributo significativo? In che modo i leader si accertano che ciò che decidono debba essere fatto lo sia realmente e regolarmente? In che modo i leader verificano che il futuro dell'azienda sia assicurato e in grado di creare innovazione costante, piuttosto che limitarsi a portare avanti il business come di consueto? In sostanza come fanno i leader a far sì che si realizzi il cambiamento? Questa sezione è caratterizzata dalla praticità. Non è una prescrizione per il successo, bensì uno strumentario fatto di idee, azioni, suggerimenti, esperienze di prassi giuste e sbagliate e di numerosi esempi di come i leader affrontano l'impegno quotidiano per generare il cambiamento. Le due azioni possono essere lette separatamente, ma noi siamo convinti che il come e il perché del cambiamento siano collegati, che siano i gemelli siamesi della vita organizzativa e debbano essere sempre concepiti in relazione l'uno con l'altro. Ciò che collega le due sezioni in un tutto organico è il modello di leadership costruito sulle tre "e": envisioning (visione), engaging (coinvolgimento), executing (esecuzione). Studiandolo e applicandolo con metodo potrete costruire un futuro più prospero per la vostra azienda. ■