

I KPI aziendali: identificare una metrica condivisa di misurazione delle performance societarie - FORMAZIONE A DISTANZA

INIZIO CORSO: lunedì 30 maggio 2022

DURATA: 12 ore

ORARIO LEZIONI: dalle ore 14.00 alle ore 18.00

PREZZO: 235,46 € (193,00 € + IVA)



Panoramica corso:

Un **KPI (Key Performance Indicator)** è un valore misurabile che dimostra l'efficacia con cui un'azienda o un reparto sta raggiungendo gli obiettivi prefissati.

Lo scopo principale degli indicatori di performance aziendali è di migliorare le prestazioni di un'organizzazione.

I KPI consentono di supportare decisioni per apportare modifiche velocemente e con interventi basati su elementi oggettivi (come dati e osservazioni) ai processi interni che potrebbero essere sottoperformanti e offrono anche informazioni cruciali su produttività, finanze, vendite e marketing.

Questi risultati, però, si ottengono solo se si selezionano i KPI giusti per la propria azienda. La scelta degli indicatori adeguati è il primo passo verso un miglioramento quantificabile.

Per scegliere gli indicatori KPI allineati agli obiettivi, è necessario pertanto porsi alcune precise domande (ad esempio):

- Qual è lo scopo della mia attività?
- Che cosa desidero ottenere nel prossimo anno fiscale?
- Come potrò sapere di aver raggiunto i miei obiettivi?
- Riesco a rispondere in modo adeguato ai bisogni dei miei clienti?
- Come potrò misurare se i target produttivi che hanno giustificato determinati investimenti saranno stati raggiunti?
- Utilizzo in modo efficace le risorse economiche oppure gli sprechi sono troppo alti?

Obiettivi del corso:

Il corso aiuterà a prendere in considerazione varie dimensioni misurabili della propria azienda, per aiutare a selezionare il set migliore per la costruzione di dashboard o set di misuratori: non esiste praticamente alcun limite al numero di KPI che possono essere usati come utili indicatori. Ma la scelta non può essere casuale, deve essere effettuata in base al tipo di azienda, degli obiettivi che si intendono raggiungere e del settore in cui si opera.

Argomenti trattati:

I KPI:

- cosa sono gli indicatori? Perché sono importanti
- differenza tra obiettivi e indicatori
- lo S.M.A.R.T. e il deployment degli obiettivi
- come si costruisce un indicatore (es. lagging, leading..)

Categorie di indicatori:

- *Indicatori di IDENTITA' aziendale - creare indicatori che riflettano le peculiarità della propria azienda:*
 - Riflessioni su cosa sia la Vision
 - Riflessioni su cosa sia la Mission
 - Finitura della propria Carta dei valori e monitoraggio
- *Indicatori di PERFORMANCE aziendale - creare indicatori che controllino la realizzazione di un prodotto/servizio:*
 - Cosa sono gli indicatori di prestazione (generali, qualità, costo, servizio)
 - Mappatura dei processi (differenza tra primari e di mantenimento)
 - Come alimentare gli indicatori, chi e come deve rilevare gli scostamenti (process owner o customer) e cosa fare
- *Indicatori COMMERCIALI aziendali - come misurare l'efficacia delle vendite*
 - Tipologie di indicatori commerciali (es. tasso di attrazione, tasso di conversione, tempo di permanenza, CCP,..)
 - L'analisi SWOT e l'analisi degli stakeholder
 - La definizione dei "personas" e la stratificazione dei clienti
- **Come utilizzare gli indicatori:**
 - Il Visual Management (utilizzare i dati non per la reportistica ma per modificare le prestazioni)
 - Il Data driven management (utilizzare i dati per guidare le decisioni aziendali)
 - Il Public Dashboard (utilizzare i dati come strumento promozionale)

A chi è rivolto:

Il corso è rivolto ad imprenditori, amministratori delegati, responsabili di funzioni, responsabili di gruppi di lavoro, middle manager.