



## Business Coaching 4 Manager

Un'azienda leader nel settore della produzione e distribuzione di materie plastiche decide di investire su una risorsa commerciale ad alto potenziale, con l'obiettivo di costruire una nuova divisione dedicata ad un mercato verticale, sviluppando un'offerta ad hoc.

Il progetto, durato sei mesi e composto di otto incontri individuali con un business coach e un esperto di business plan, ha portato la risorsa coinvolta ad accrescere le proprie competenze e ad assumere sempre nuove responsabilità, portando ad una crescita organica e strutturata del fatturato della divisione. Il Business Coaching 4 Manager è lo strumento che ha permesso la valorizzazione, in tempi rapidi, del potenziale della risorsa coinvolta, riducendo drasticamente il tempo fra formazione e risultati di business.

### Contesto

L'azienda ha un ottimo posizionamento per il proprio prodotto chiave nel settore delle materie plastiche, ma l'aumento della spinta competitiva di altre aziende del settore spinge l'Amministratore Delegato a decidere di investire nello sviluppo di altri prodotti a completamento di gamma, in settori verticali fino al momento trattati solo in modo reattivo.

Da questo scenario nasce il progetto di Business Coaching 4 Manager (BC4M). Il percorso è cominciato con un **assessment** della figura coinvolta, per evidenziarne punti di forza ed aree di miglioramento; l'assessment ha confermato il potenziale di crescita.

È stato quindi progettato e condiviso con l'Azienda un progetto di sviluppo delle competenze manageriali e strategiche della risorsa coinvolta, che ha toccato temi differenti:

- piano strategico: analisi dei dati di vendita e della base clienti, analisi del product portfolio, ricerca qualitativa, analisi di bilancio, cash flow e investimenti, mappatura e pesatura del potenziale, segmentazione e targeting, strategie di CRM, organizzazione aziendale a supporto, sales process, Key Account Management
- posizionamento competitivo: vantaggi competitivi, strategia di comunicazione, piano delle attività di marketing
- strumenti per l'implementazione: budgeting, forecasting di vendita, scrittura del business plan.

Il progetto è stato distribuito nel tempo per permettere la regolare attività lavorativa della persona coinvolta.

Negli otto incontri individuali il coachee, con l'affiancamento del coach, ha lavorato su un progetto specifico costruendo, negli incontri e nei periodi intermodulo, il piano di sviluppo della divisione, ottimizzando il lasso di tempo tra formazione e azione.

### Risultati

A settembre, momento di chiusura dell'anno di riferimento, l'azienda ha scoperto di avere un responsabile in grado di:

- definire e implementare un piano di sviluppo del business in un mercato verticale con alto potenziale
- gestire risorse
- usare strategicamente i nuovi strumenti di business intelligence.

I risultati di business sono di ottimo auspicio per il futuro: **il fatturato è triplicato nell'arco di 24 mesi.**

PRAXI

*Improving Performance*

#### PRAXI SpA

Da mezzo secolo protagonisti della Consulenza Organizzativa

PRAXI è una primaria società italiana di consulenza organizzativa.

Costituita nel 1966, si è sviluppata rapidamente ed oggi è una realtà formata da 10 Sedi, 250 Consulenti, un capitale sociale di 6 milioni di Euro.

In cinquant'anni di attività, PRAXI ha servito oltre 10 mila clienti, attraverso quattro Divisioni: Organizzazione, Informatica, Valutazioni e Perizie, Risorse Umane.

La profonda esperienza organizzativa, l'attenzione alla creazione di valore, gli interventi con gruppi di lavoro omogenei nella cultura, ma diversificati nelle competenze, costituiscono un fattore chiave di differenziazione, che permette a PRAXI di accompagnare i clienti verso obiettivi di valore effettivo e di consolidare nel tempo alleanze professionali durature.

Bologna | Brescia | Firenze | Genova | Milano  
Napoli | Padova | Roma | Torino | Verona  
London

[www.praxi.praxi](http://www.praxi.praxi)

