Orientarsi per Competere

Aprile – Ottobre 2005

• Imprese invitate	167 aziende	dip.12.892
• Aderenti alla prima fase	79 aziende	dip. 6.226
• Partecipanti alla seconda fase	66 aziende	dip. 5.524
• Incontri individuali	58 aziende	dip. 4.968
• Piani di intervento	45 aziende	

• Customer satisfaction	45 aziende

La presentazione è stata interessante?

Pochissimo	
Poco	4,7
In linea con le aspettative	44,2
Molto	48,8
Moltissimo	2,3

I temi identificati sono rilevanti?

Pochissimo	
Poco	
In linea con le aspettative	60,5
Molto	37,2
Moltissimo	2,3

Gli incontri individuali sono stati utili?

Pochissimo	
Poco	16,2
In linea con le aspettative	32,5
Molto	37,8
Moltissimo	13,5

Il feedback ha fornito valore aggiunto?

Pochissimo	9,5
Poco	23,8
In linea con le aspettative	28,6
Molto	38,1
Moltissimo	

Utilità dell'iniziativa

I problemi sono altri	2,2
La strategia aziendale è diversa	15,6
Probabilmente saranno realizzati gli interventi individuati da Bain	46,7
Condivido le criticità ma l'impresa incontra difficoltà a realizzare gli interventi	35,5

Elementi del progetto più utili

***** scenari di mercato e strategie grandi Gruppi

*** dialogo con esperti

* sensibilizzazione ed azioni comuni

* individuazione criticità e strumenti di valutazione della competitività

Principali aree di miglioramento

*****	accrescere la specificità della consulenza
***	approfondire i modi e le tecniche per raggiungere gli obiettivi individuati
***	considerare anche aspetti non commerciali (logistica, costo del lavoro, quick response, lobby)
*	promuovere attività in cooperazione con altre aziende

Attività a sostegno del tessile-abbigliamento

*****	fusioni, cooperazione e servizi comuni
***	difesa Made in Italy e lobby
*	fiere, formazione, internazionalizzazione, logistica, sostegni finanziari, informazioni di mercato e consulenza specialistica