Internazionalizzazione industriale

...spunti, proposte ed opportunità per le piccole e medie Aziende.

Vicenza, 25 Marzo 2009

Ing. Salvatore Sindoni
Himpex srl

Panoramica

- Aziende Locali, Internazionali, Internazionalizzate; concetti base e definizioni
- Fattori differenzianti
- Fattori critici per la trasformazione da un modo di “essere azienda” all'altro
- Una forma di Organizzazione Internazionale
- Un modello di Organizzazione Commerciale Internazionale

Concetti base e definizioni

- “Locale” è un'azienda che opera in ambito territoriale limitato, spesso di dimensioni piccole, con capitale privato (familiare) non sempre produce prodotti finiti ma, parti oppure componenti ovvero accessori di prodotti finiti.
- - L'organizzazione Aziendale è improntata sulla “collaborazione“ ed i ruoli spesso si sovrappongono

segue

Concetti base e definizioni

- Internazionale oppure Internazionalizzata? una semplice differenza semantica oppure un “modo di essere Azienda“ drasticamente differente?
- -la prima è un'azienda che, attingendo a risorse e mezzi locali, produce beni secondo la propria cultura tecnica, sociale ed estetica e li vende ...all'estero!
- Crea i prodotti secondo la propria cultura e cerca di “imporli“ nei paesi esteri !

segue

Concetti base e definizioni

- Internazionalizzata è un'azienda che attingendo a risorse e mezzi provenienti da diversi paesi produce dei beni secondo una cultura “aperta e rotonda“.
  Pronta a recepire i diversi approcci gestionali degli uomini che vi lavorano e le esigenze differenti dei diversi mercati, è in grado di creare prodotti in grado di soddisfare il più possibile i molteplici livelli di accettazione di utenti finali molto diversi tra loro.

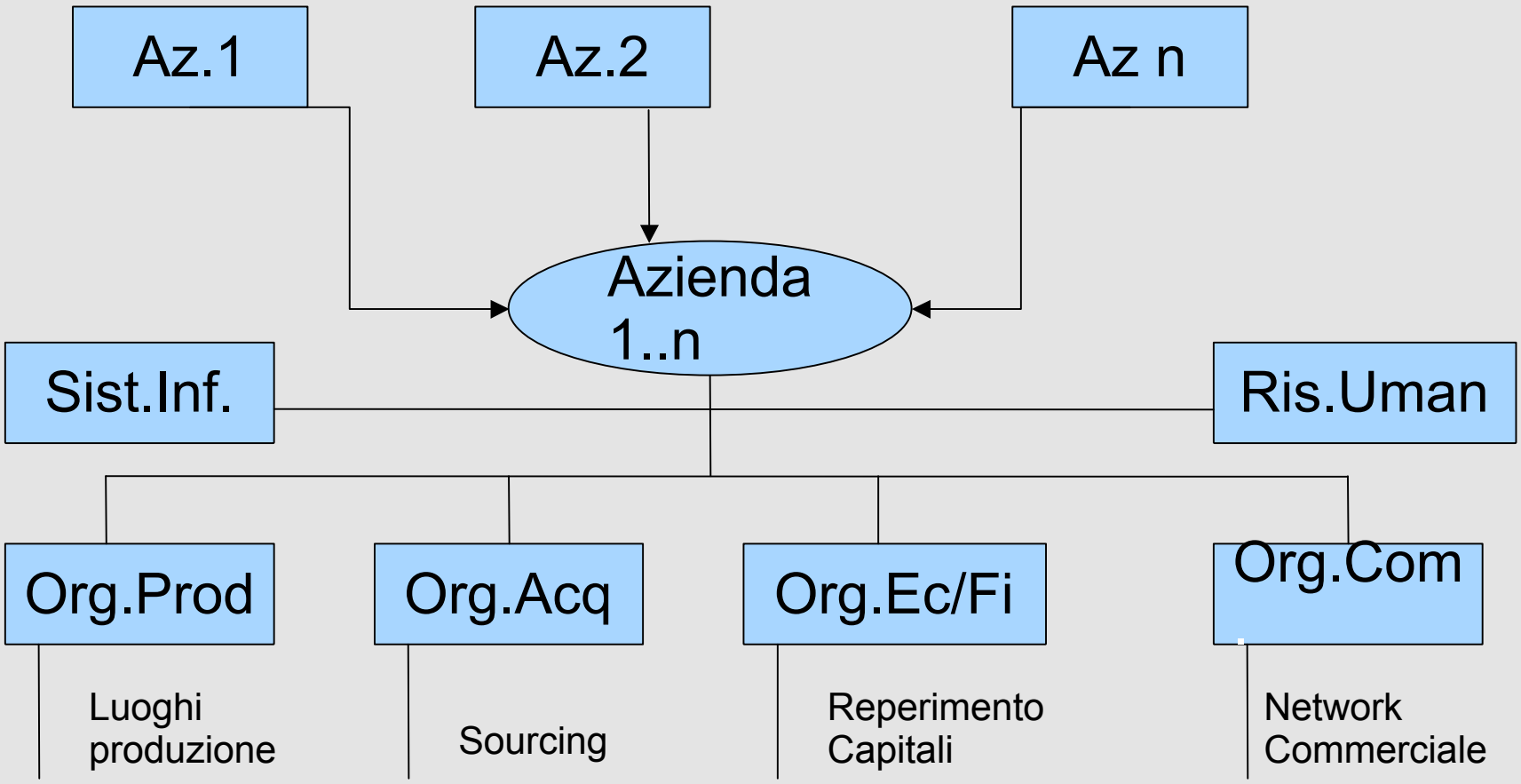
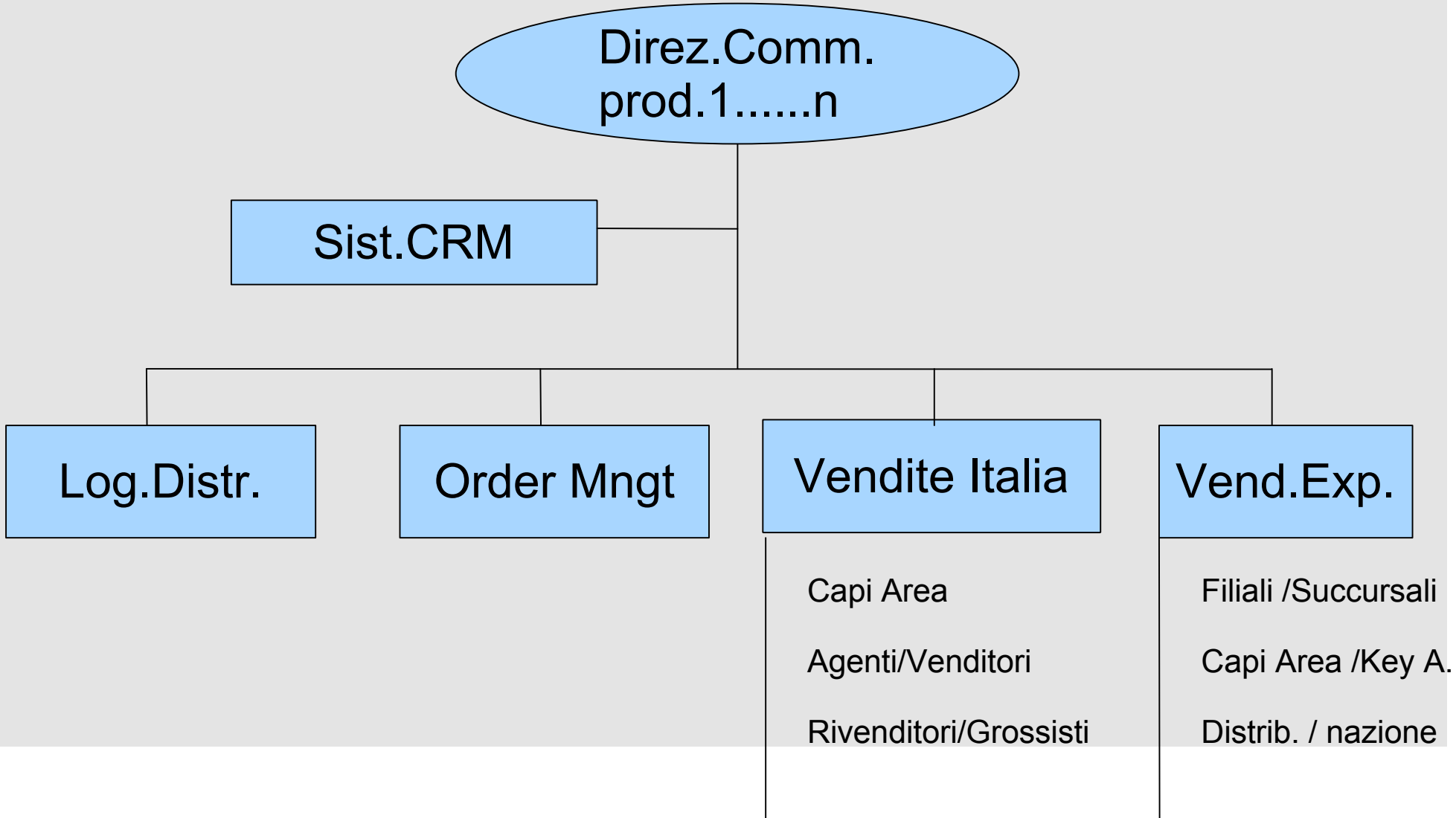
Fattori differenzianti

- Capitale sociale
- Organizzazione Aziendale
- Livello di aggregazione industriale
- Risorse umane e mezzi di produzione
- Localizzazione produttiva
- Marketing degli Acquisti
- Network delle vendite

Fattori Critici

- Operare in una micro Azienda spesso porta ad avere un approccio al mercato...”micro“
- L'eccessiva “personalizzazione“, porta sovente a sentirsi vincenti nel proprio “fortino“... aziendale ,di prodotto,di nicchia commerciale di... uomini fedeli!
- La cultura d'impresa spesso privilegia il possedere “il 100 % di una piccola azienda piuttosto che ..l'x% di un'azienda più grande”

Una forma di Organizzazione Internazionalizzata



Un modello di Organizzazione Commerciale