

# NAVIGARE LA CRISI

LABORATORIO DI IDEE, SOLUZIONI ED AZIONI PER IL FUTURO DELLE IMPRESE

BRAND ®  
*innovative sales strategies*

---

## Cos'è

---

Un modo nuovo per affrontare la crisi e per trovare soluzioni innovative, per rilanciare e consolidare le imprese grazie al confronto ed al dialogo tra imprenditori e manager coordinati da un *animatore* (esperto in strategia e sviluppo di impresa) che stimolerà le discussioni ed offrirà percorsi e idee di successo, facilmente e concretamente applicabili nelle singole imprese.

---

## Come funziona

---

**Navigare la crisi** si svolge tramite incontri a cui partecipano uno o più componenti delle aziende di ogni settore; ogni incontro propone un argomento legato allo sviluppo di strategie e visioni per sconfiggere la crisi; durante l'incontro i partecipanti possono condividere i successi e presentare le difficoltà che necessitano di soluzione, insieme (operatori ed animatore dell'incontro) si troveranno modalità e strategie per rinnovare e consolidare il successo aziendale.

Gli incontri prevedono la partecipazione attiva dei partecipanti e, tramite innovative metodologie di analisi, si affronteranno specifici aspetti delle singole aziende in modo da garantire l'individuazione e l'applicazione di soluzioni dedicate da rendere immediatamente operative in azienda.

L'innovativo *format* di **Navigare la crisi** si fonda su un'attenta miscela di consulenza strategica e formazione che permette, ad ogni incontro, di discutere e confrontarsi apertamente per trovare ciò che serve veramente alla propria azienda per creare e rinsaldare l'ottimale posizionamento nel mercato.

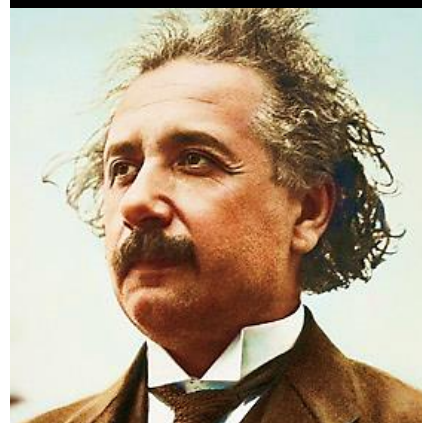
*“È nella crisi che sorge  
l'inventiva, le scoperte e  
le grandi strategie.*

*Chi supera la crisi  
supera sé stesso senza  
essere superato.*

*Parlare di crisi significa  
incrementarla, e tacere  
nella crisi è esaltare il  
conformismo.*

*Finiamola una volta per  
tutte con l'unica crisi  
pericolosa, che è la  
tragedia di non voler  
lottare per superarla.”*

Albert Einstein  
“Il mondo come io lo vedo”  
1931



---

## Contenuti

---

Gli incontri verteranno su argomenti proposti dall'animatore o dai partecipanti, anche durante lo svolgimento delle sessioni di lavoro comune.

Le tematiche previste riguardano la strategia, la comunicazione d'impresa, il marketing, la vendita, la gestione manageriale con spunti su molteplici aspetti, tra i quali:

- Target (clienti, mercato, mantenimento, animazione, ecc.);
- Modalità e strategie di distribuzione (canali, persone, ecc.);
- Marketing (9p, equilibrio, rivitalizzazione, flessibilità, strategie ed operatività, ecc.);
- Strategie e modalità di vendita;
- Strategie e posizionamento di impresa;
- Metodologie evolute e tecniche per la vendita e la negoziazione;
- Comunicare l'impresa (packaging, labelling, advertising, bottiglie, brochure, ecc.);
- Processo decisionale (problem finding/solving, decision making, decisioni creative);
- Comunicare il prodotto ed il servizio (presentazioni, web + web 2.0, parlare al pubblico, ecc.);
- Gestione risorse (collaboratori, venditori, management, tempo, logistica, ecc.).

*“Il successo negli affari si fonda sulla rifocalizzazione delle priorità: un approccio basato sull’etica e sul rispetto delle emozioni ed esigenze di consumatori, partner e collaboratori.*

*Fare impresa oggi significa scoprire cosa vuole il mercato domani, senza imporre scelte aziendali di comodo.”*

*Carlo Branda*



---

## Metodologie

---

Per la realizzazione di **Navigare la crisi** si farà ricorso a strumenti e metodiche innovative che favoriranno l'interazione animatore ↔ partecipanti e si lavorerà sui materiali – prodotti – aspetti proposti dalle singole aziende in modo da personalizzare ogni singolo incontro su reali esigenze.

Gli incontri saranno supportati dai seguenti metodi:

- “The SEAL®” per la negoziazione e comunicazione di impresa;
- “Metodo CARD®” per il marketing;
- “Creatività applicata” per il processo strategico e decisionale.

---

## Quando

---

**Navigare la crisi** si sviluppa in incontri della durata di 6 ore circa con cadenza quindicinale nel periodo compreso tra marzo e dicembre 2013.

Nei mesi di luglio ed agosto è prevista una riduzione degli incontri da concordare con i partecipanti.

*“Una teoria, per essere una buona teoria scientifica, deve soddisfare due richieste: descrivere con precisione una grande classe di osservazioni sulla base di un modello contenente solo qualche elemento arbitrario, e fare predizioni ben definite sui risultati di future osservazioni.”*

**Stephen Hawking,**  
Dal big bang ai buchi neri,  
1988

