



IO3 – CHECK-UP Rapporto Finale



Rafforzare le competenze digitali
nel mercato internazionale tra le
PMI.

CODE: 2019-1-IT01-KA202-007423

www.businessesinternationalgrowth.eu



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Il supporto della Commissione Europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono solo il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Che cosa è il Check Up aziendale?



L'IO3 - Company Check-Up è un prodotto dell'attività di sperimentazione del programma formativo che viene realizzato direttamente dai beneficiari del corso nell'ambito di esperienze di apprendimento basato sul lavoro nelle proprie aziende. Il Check-Up aziendale ha lo scopo di aiutare i beneficiari a verificare lo stato di salute della propria azienda e acquisire maggiore obiettività per affrontare le sfide e i cambiamenti che si presentano. Conducendo il Check-Up, i lavoratori e gli imprenditori possono identificare i punti di forza e di debolezza delle loro aziende e adottare le misure necessarie a mantenere l'attività produttiva.

Quali sono stati i beneficiari?



I beneficiari del Check-Up sono stati selezionati dal totale dei 91 beneficiari del progetto. Ogni paese partner ha selezionato due o tre beneficiari per partecipare alla procedura di Check-Up. I partecipanti ai Check-Up hanno rappresentato un mix di lavoratori e imprenditori delle PMI partecipanti. Il Check-Up si è svolto in lingua inglese; tutti i beneficiari selezionati avevano un livello base di lingua inglese. I colloqui face to face si sono svolti in presenza o online.

Processo

Il questionario

Il questionario è composto da 40 domande, con un punteggio da 1 a 10. Il punteggio 1 rappresenta il più basso, dal quale emerge che l'azienda ha bisogno di più aiuto. Il punteggio 5 è il punto medio, dal quale si palesa che l'azienda sta affrontando alcune difficoltà. Il punteggio 10 è il più alto, dal quale è possibile rilevare che l'azienda ha un buon livello di sviluppo.

Al termine del questionario il beneficiario controlla il punteggio totale e lo annota nell'apposito spazio.

Il questionario copre quattro settori principali per valutare lo stato delle aziende: MANAGEMENT / MARKETING / FINANZA & AMMINISTRAZIONE / RISORSE UMANE

Il colloquio

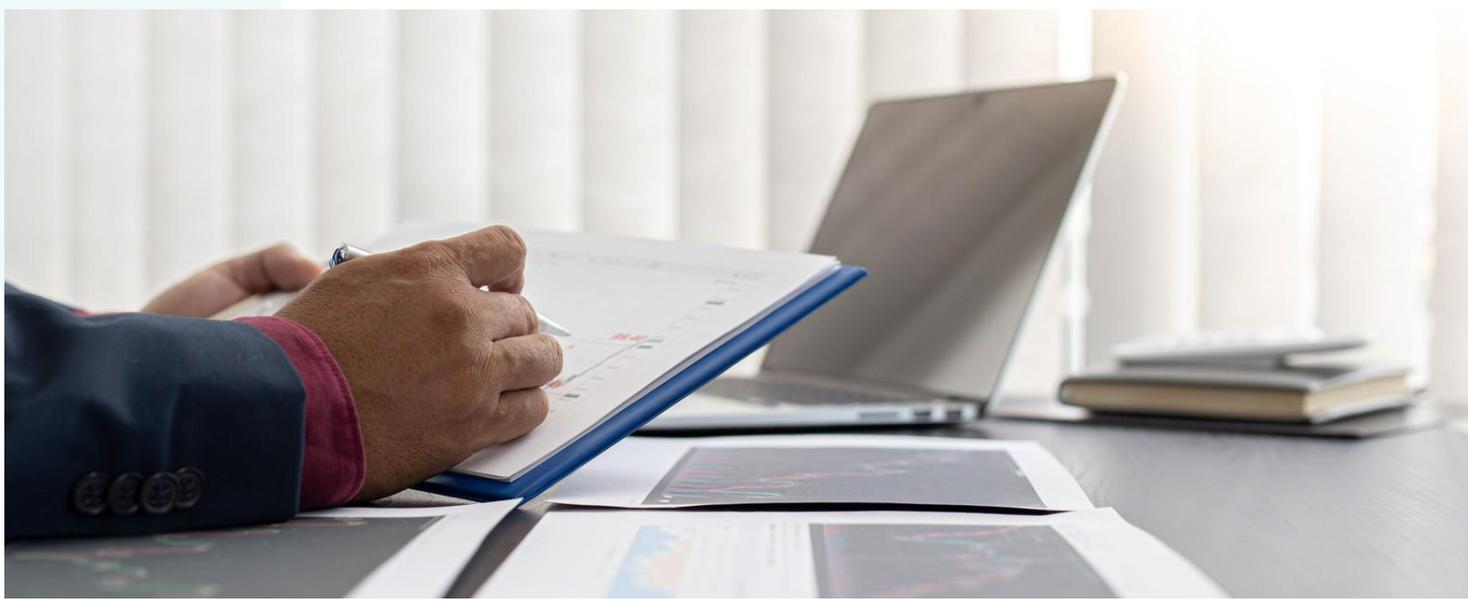
Le interviste hanno coinvolto i beneficiari di tutti i paesi partecipanti. Nei colloqui sono stati approfonditi i risultati del questionario e forniti consigli per il futuro. Il tempo approssimativo necessario è stato di 45-60 minuti ciascuno.

Attività di report

L'attività di rendicontazione è stata svolta da tutti i partner partecipanti e si è basata sui risultati ottenuti nei Check-Up svolti. La Camera di Commercio Italo-Greco è stata incaricata di preparare il rapporto finale con i dati raccolti da ciascun partner.



Introduzione



Tutti i partner hanno valutato i risultati del Check-Up effettuato nelle loro aziende e territori di riferimento e hanno preparato la rendicontazione dei dati e delle informazioni raccolte da inviare al coordinatore.

Il report finale funge da riepilogo e delinea i risultati del processo di Check-Up che è stato condotto.

L'obiettivo del rapporto finale è stato di delineare chiaramente i risultati dei Check-Up e dare informazioni che potrebbero aiutare le aziende ad agire sulla base di questi per migliorare l'attività dell'azienda.

Il rapporto finale è stato scritto in modo semplice e chiaro così che i lettori possano comprendere le informazioni e i risultati emersi dai questionari.

Nella relazione finale viene descritto in dettaglio il processo di monitoraggio dei Check-Up, le aziende coinvolte e i risultati ottenuti.

Dichiarazione di non responsabilità - Policy Disclaimer



Questa ricerca è stata condotta nell'ambito del progetto BIG con l'obiettivo di aumentare le competenze di digital international marketing dei lavoratori coinvolti e definire una pianificazione corretta e sostenibile dei progetti delle aziende su tali temi.

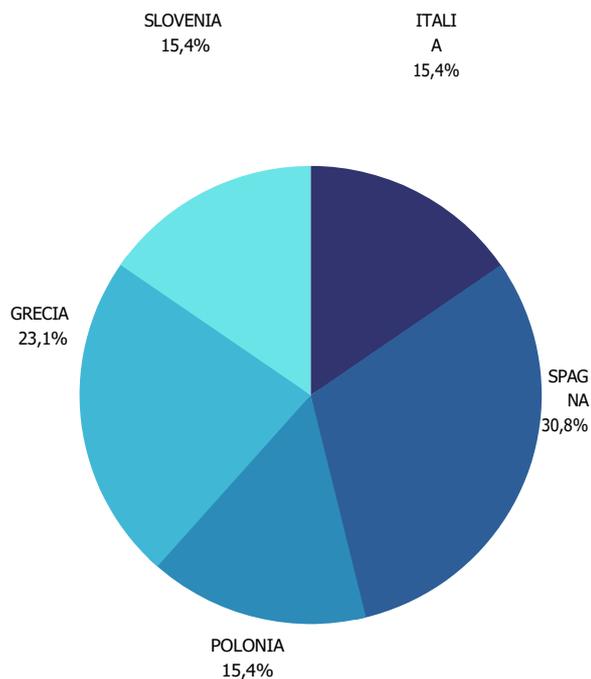
I risultati di questa ricerca sono stati utilizzati solo per l'implementazione del progetto.

Le risposte ottenute rimarranno completamente riservate tra i partner coinvolti nel progetto.

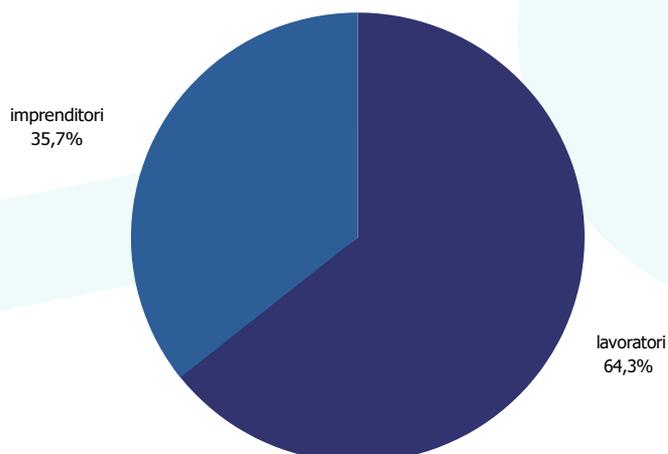
Numero di aziende partecipanti.

Partecipanti

Beneficiari per Paese : 13



Imprenditori vs lavoratori



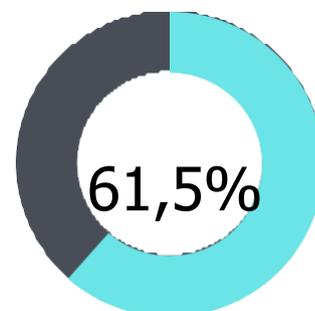
Punteggi

I punteggi complessivi sono stati:

- tra **200 e 299** (buono)
- tra **300-399** (molto buono)

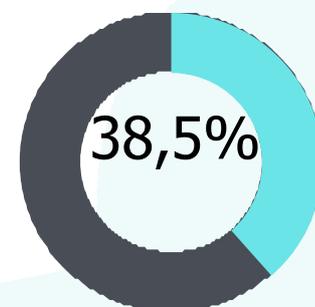
BUONO

L'azienda sembra andare bene, ma ha ottimo potenziale che dovrebbe sfruttare apportando miglioramenti in varie aree. L'azienda deve quindi, con l'aiuto di un esperto, identificare su quali aree andare ad investire per ottenere una crescita aziendale e un ritorno di investimento.



MOLTO BUONO

L'azienda sta andando molto bene. Con investimenti maggiori in alcune aree chiave, potrebbe facilmente passare ad un livello più alto e con una opportuna strategia sfruttare maggiori opportunità di crescita.



Passi successivi

Una volta che i beneficiari hanno completato il questionario e identificato le aree di interesse per la propria attività, completato il modulo "Next Step", con la guida di un esperto o consulente, e identificato le aree principali su cui agire.



"Prossimi passi"

MABAGEMENT

Miglioramento strategia a lungo termine
Piano aziendale e operativo chiaro
Analisi SWOT specifica

MARKETING

Strategia migliore sui social media
Pubblicità orientata ala tecnologia
Strumenti CRM
Piano di marketing chiaro

FINANZA & AMMINISTRAZIONE

Frequenti controlli sui bilanci
Migliore sistema contabile
Chiara gestione del rischio finanziario

RISORSE UMANE

Chiara politica delle risorse umane
Assunzione documentata e chiara del personale
Migliore valutazione dei profili professionali



Le principali difficoltà incontrate dai beneficiari

GESTIONE

- Business plan pronto per essere adattato ai cambiamenti del mercato
- Analisi SWOT
- Pianificazioni a lungo termine
- Definizione di una strategia a lungo termine
- Strategia del piano operativo
- Professionisti aziendali

MARKETING

- CRM
- Strategia pubblicitaria orientata alla tecnologia
- Strategia di marketing mirata
- Presenza strategica sui social media
- Strategia di marketing a lungo termine
- Investimenti in nuove tecnologie

FINANZA & AMMINISTRA ZIONE

- Sistema di rilevamento FRODI
- Controlli sui bilanci
- Gestione dei rischi finanziari
- Flusso dei ricavi

RISORSE UMANE

- Chiara politica delle risorse umane
- Programma di inserimento specifico per il nuovo personale
- Processo di formazione per il nuovo personale



Principali punti di forza dei beneficiari

GESTIONE

- Determinazione dei gap
- Piano aziendale flessibile
- Team di consulenza di professionisti aziendali
- Aggiornamento normativo
- Riunioni di gruppo
- Contratti ben scritti
- Polizza assicurativa

MARKETING

- Efficace strategia di marketing
- Analisi dell'attività di acquirenti e concorrenti
- Definizione della propria nicchia di mercato
- Combinazione qualità- prezzo
- Strategia di prezzo
- Scelta di un buon marchio
- Buon punto di differenziazione

FINANZIA & AMMINISTRA ZIONE

- Licenze commerciali aggiornate
- Applicazione norme di diritto del lavoro/occupazione
- Bilancio in regola
- Buon sistema contabile

RISORSE UMANE

- Buona politica delle risorse umane
- Rispetto del diritto del lavoro
- Lavoro di squadra
- Strategia di formazione e crescita del personale Buona corrispondenza tra dipendenti e posizioni lavorative
- Buona leadership
- Corrispondenza tra stipendio, benefici, premi, ecc.

Conclusione



Lo stato di salute di un'azienda è il riflesso di come è gestita considerando tutti gli aspetti.

Questo check-up è stato progettato per far sì che imprenditori e lavoratori potessero analizzare in modo approfondito la loro attività, da diversi punti di vista, e capire dove potrebbe essere necessario apportare cambiamenti o se investire in settori e competenze chiave, in modo che l'azienda possa raggiungere il successo.

Il modello di check-up contiene:

- Un **introduzione** al progetto BIG e ai suoi obiettivi
- Un **questionario di 40 domande** che copre quattro aspetti principali che possono influire sul buon andamento dell'azienda: gestione, marketing, finanzia e amministrazione, risorse umane.
- Un'**intervista** con un esperto di ciascun paese partner, in cui tutti i **beneficiari** partecipanti hanno potuto affrontare i temi di interesse.

A questo processo, hanno partecipato **13** aziende provenienti dai cinque paesi partner del progetto BIG: **Italia, Spagna, Slovenia, Grecia, Polonia.**

La procedura è stata coordinata dalla Camera di Commercio Italo-Greca. Tutti partner hanno supportato i beneficiari coinvolti nel processo dei check-up, valutando i risultati ottenuti.



Businesses'
International
Growth



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



IL PROGETTO BIG È FINANZIATO DAL PROGRAMMA ERASMUS+, AZIONE CHIAVE 2 "COOPERAZIONE PER INNOVAZIONE E LO SCAMBIO DI BUONE PRASSI", NELL'AMBITO DELLA PRIORITA' VET "POTENZIARE L' ACCESSO ALLA FORMAZIONE E A LLE QUALIFICHE PER TUTTI". IL PROGETTO BIG HA COINVOLTO 11 PARTNER PROVENIENTI DA 5 PAESI DELL'UE (ITALIA, SPAGNA, SLOVENIA, GRECIA E POLONIA) APPARTENENTI AL SISTEMA ACCADEMICO, FORMATIVO E CAMERALE, IN GRADO DI CAPITALIZZARE LE DIVERSITA' SETTORIALI, GEOGRAFICHE E TECNICO-SPECIALISTICHE, AL FINE DI INNOVARE MODELLI, METODI E PRATICHE NEL CAMPO DELLA FORMAZIONE DEGLI ADULTI.

IL PROGETTO HA L'OBBIETTIVO DI MIGLIORARE LE COMPETENZE DI DIGITAL-MARKETING INTERNAZIONALE DELLE PMI COINVOLTE, COSTRUIENDO UN PROGETTO DIDATTICO SPECIFICO PER LORO ESIGENZE BASATO SU 3 DIVERSE DIMENSIONI: COGNITIVA (APPRENDERE PENSANDO), OPERATIVA (APPRENDERE FACENDO) E COMPORTAMENTALE (APPRENDERE AGENDO). LE AZIENDE HANNO LA DISPONIBILITÀ DI UN PERCORSO DIDATTICO SPERIMENTALE COSTRUITO CON IL SUPPORTO DI AZIENDE E LAVORATORI E CON L'UTILIZZO DEL FILMATO QUALE METODO DI FORMAZIONE (EDUCAZIONE CINEMATOGRAFICA).