



WEBINAR | lunedì 20 luglio ore 14.30

Dalla pandemia verso il New Normal: riflessioni sull'evoluzione della domanda finale nel settore della macchina utensile

Dopo il periodo del lockdown, imprenditori e manager sono ora intensamente impegnati nelle attività di rilancio dell'operatività aziendale. A loro è richiesto un esercizio di doppio "strabismo" particolarmente complesso: incidere sulle dimensioni interne all'azienda, messe a dura prova dalla crisi, e contestualmente rapportarsi con un framework esterno incerto e ancora in piena evoluzione. Ma non è tutto: servono scelte e comportamenti che garantiscano una ripartenza efficiente nel breve periodo, ma anche lenti da miope che consentano di identificare le traiettorie evolutive di lungo periodo del loro settore di operatività e dei loro mercati di riferimento.

Una attenzione particolare va rivolta alla domanda finale. Sul piano macroeconomico non

vi sono dubbi che muteranno geografia, ranking e caratteristiche dei mercati di destinazione più attrattivi e che, in prospettiva, l'individuazione di nuovi mercati finali (B2B o B2C) ad elevate potenzialità di sviluppo sarà sempre più un fattore critico di successo. D'altro canto, sul piano più micro, si mescolano necessità e opportunità di un redesign dei rapporti con i clienti per ricostruire la continuità perduta durante il lockdown, implementare nuove modalità di fornitura, progettare nuove forme di accordo commerciale, impostare rinnovate politiche di comunicazione.

E come sempre, a vincere la sfida competitiva, saranno le aziende con più visione, capacità innovativa e strumenti di analisi e riorganizzazione più efficienti.

Relatori:

Massimiliano Serati
Direttore, Ricerca applicata e Advisory



Chiara Mauri
Strategic Management e Family Business

