

Le priorità dei dirigenti per il 2025: Le principali aree d'intervento

Risultati delle analisi con i soci EIT.swiss.

Aree d'intervento mirate per uno sviluppo d'impresa sostenibile.

Realizzato da Sparkner AG

sparkner.ch

In collaborazione con EIT.swiss

Indice

1. Le priorità dei dirigenti per il 2025: le 6 lacune principali
2. I maggiori punti di forza secondo i dirigenti
3. Focus sulle funzioni: manca una visione globale
4. Differenti punti di vista:
Dove l'unanimità manca e dove la diversità regna
5. Aree d'intervento
 1. Informatica (IT)
 2. Marketing
 3. Garanzia della qualità
 4. Sviluppo d'impresa
 5. Risorse umane
 6. Acquisti
 7. Diritto
 8. Distribuzione
 9. Finanze
 10. Fornitura di servizi
 11. Innovazione
6. Prossime fasi
7. Dall'analisi al piano di crescita in 6 fasi:
Il nostro approccio nel seminario
8. La squadra dietro a Sparkner
Allegato

1. Le priorità dei dirigenti per il 2025: le 6 lacune principali

L'inchiesta di quest'anno mostra chiaramente che i dirigenti sono ben consapevoli delle potenzialità della propria azienda. Sei aree d'intervento spiccano in modo particolare: esse combinano una forte importanza con evidenti carenze in termini di soddisfazione. È proprio qui che risiedono i maggiori fattori di crescita e competitività.

I risultati in sintesi:

Digitalizzazione & IT: Ridurre i costi IT e aumentare l'efficienza è un obiettivo fondamentale, ma sono rare le aziende che ritengono ben posizionate in questo ambito.

Gestione operativa: La trasparenza dei progetti, l'utilizzo efficiente delle risorse e l'affidabilità delle date di consegna sono fattori critici e vengono valutati come insufficienti dalla maggioranza degli intervistati.

Crescita grazie al mercato e ai clienti: La generazione di lead qualificati rimane un punto dolente che è considerato come insoddisfacente dalla maggior parte delle aziende.

Orientamento strategico: Molti imprenditori considerano che la strategia a lungo termine sia importante, ma allo stesso tempo insufficientemente implementata.

Perché è importante: Questi ambiti non sono solo cantieri operativi. Determinano se le aziende potranno lavorare più efficacemente nel 2025, acquisire e fidelizzare clienti, e rafforzare in modo durevole la loro posizione sul mercato. Le seguenti pagine mostrano come i dirigenti valutano le varie funzioni e aree d'intervento, dove c'è consenso, dove i punti di vista divergono fortemente e quali ambiti sono particolarmente propizi per miglioramenti mirati.

N.	Area d'intervento	Funzione	Importanza	Soddisfazione	Potenziale di sviluppo
1	Ridurre i costi IT aumentando al contempo l'efficienza.	IT	0.88	0.47	0.53
2	Garantire la trasparenza dei progetti in corso.	Fornitura di servizi	1.00	0.63	0.38
3	Assegnare le risorse in modo efficiente e secondo le esigenze.	Fornitura di servizi	1.00	0.63	0.38
4	Rispetto dei termini di consegna per garantire un elevato grado di soddisfazione ai clienti e una pianificazione sicura delle risorse.	Fornitura di servizi	1.00	0.63	0.38
5	Generare lead qualificati e acquisire nuovi clienti in modo efficiente.	Marketing	0.71	0.50	0.36
6	Attuare una strategia a lungo termine per garantire una leadership di mercato durevole.	Sviluppo d'impresa	0.82	0.65	0.35

2. I maggiori punti di forza secondo i dirigenti

L'analisi mostra che **molte aziende dispongono già di basi solide**. Temi quali la **soddisfazione dei clienti (0.94)**, **rispetto delle disposizioni di legge (0.94)** o la **stabilità finanziaria (0.88)** ottengono buoni risultati. Sono importanti e nel contempo ben risolti.

Significa che negli ambiti centrali prevale la **fiducia nelle proprie strutture**. Le relazioni con i clienti, la gestione dei rischi e il controllo dei costi sono considerati pilastri portanti su cui i dirigenti possono fare affidamento.

È proprio qui che risiede il vero messaggio: **questi punti di forza non sono un punto di arrivo ma un punto di partenza**. Sono loro a consentire il miglioramento mirato di altre aree d'intervento. Senza una fidelizzazione affidabile dei clienti manca il terreno fertile per la crescita, senza finanze solide non è possibile finanziare alcuna trasformazione.

Chi continua a leggere, scoprirà dove si trovano le lacune più grandi e come possono le aziende sfruttare i propri punti di forza per colmarle?

N.	Area d'intervento	Funzione	Importanza	Soddisfazione	Potenziale di sviluppo
1	Coltivare relazioni positive con i clienti e garantire la soddisfazione.	Fornitura di servizi	1.00	0.94	0.06
2	Rispettare interamente le disposizioni di legge e ridurre al minimo i rischi.	Garanzia qualità	0.94	0.94	0.06
3	Rafforzare la fidelizzazione dei clienti per aumentare le vendite aggiuntive e il valore dei clienti.	Distribuzione	0.93	0.93	0.07
4	Garantire redditività e stabilità finanziaria a lungo termine.	Finanze	1.00	0.88	0.12
5	Garantire prezzi competitivi e controllo dei costi per aumentare la redditività.	Acquisti	0.82	0.94	0.06

Importanza: 0 = non importante & 1 = molto importante - Soddisfazione: 0 = insoddisfatto & 1 = molto soddisfatto – Potenziale di sviluppo: 0 = basso & 1 = alto.

3. Focus sulle funzioni: manca una visione globale

I risultati evidenziano chiaramente che **il maggiore potenziale di sviluppo si riscontra laddove l'elevata importanza si combina con l'insoddisfazione**. È proprio ciò che emerge nel 2025 per quanto riguarda l'IT (6.65), marketing (6.35), garanzia della qualità (6.35), sviluppo d'impresa (6.18) e le risorse umane (6.18).

IT: Valutata molto alta in termini di importanza (4.24), ma bassa in termini di soddisfazione (3.41). Ne deriva il massimo potenziale di sviluppo (6.65). Gli imprenditori ritengono che senza sistemi funzionanti e aumenti di efficienza, l'IT blocchi altri progressi.

Marketing: La profonda insoddisfazione nel marketing compensa l'importanza relativamente bassa attribuita a questa funzione. Ciò significa che chi professionalizza il marketing sfrutta immediatamente il potenziale inutilizzato e si distingue dalla concorrenza.

Garanzia della qualità: Importanza molto elevata (4.59), ma soddisfazione bassa (3.59). Ne consegue un chiaro mandato: standard e processi sono fondamentali per l'accesso al mercato e ai clienti.

Sviluppo d'impresa e risorse umane: Entrambi considerati molto importanti (>4.2), ma la soddisfazione rimane bassa. Il controllo strategico e la fidelizzazione dei talenti sono i classici ostacoli alla crescita, ancora irrisolti.

Per gli imprenditori ciò significa che chi investirà in queste aree nel 2025 otterrà i risultati migliori, poiché sono importanti e nel contempo presentano un ritardo da recuperare.

Conclusione: Il potenziale di sviluppo mostra chiaramente che la crescita è bloccata laddove l'importanza è elevata e la soddisfazione bassa. Chi lavora su questi aspetti ottiene i risultati migliori.

Funzione (media)	Importanza	Soddisfazione	Potenziale di sviluppo
Informatica (IT)	4.24	3.41	6.65
Marketing	3.53	3.18	6.35
Garanzia della qualità	4.59	3.59	6.35
Sviluppo d'impresa	4.29	3.53	6.18
Risorse umane	4.47	3.59	6.18
Acquisti	4.00	3.65	5.24
Diritto	3.82	3.59	5.24
Distribuzione	3.53	3.53	5.06
Finanze	4.47	3.82	4.88
Fornitura di servizi	4.53	3.88	4.82
Innovazione	3.88	3.65	4.82

Importanza: 0 = non importante & 1 = molto importante

Soddisfazione: 0 = insoddisfatto & 1 = molto soddisfatto

Potenziale di sviluppo: 0 = basso & 1 = alto

4. Differenti punti di vista: Dove l'unanimità manca e dove la diversità regna

L'analisi della **dispersione** mostra quanto siano diverse le valutazioni dei dirigenti sulle singole funzioni.

Importanza: In realtà ci si aspetterebbe una certa uniformità, ma proprio nel **marketing (1.18)**, nella **distribuzione (1.07)** e **fornitura di servizi (1.07)** le opinioni divergono notevolmente. Alcuni imprenditori considerano questi settori fondamentali per il loro futuro, altri li ritengono poco rilevanti. Ciò indica che la valutazione dell'importanza è spesso influenzata dalla propria situazione e soddisfazione.

Soddisfazione: La diversità è plausibile: le aziende si trovano a livelli di maturità molto differenti. Mentre alcune hanno già stabilito strutture solide nelle **risorse umane (0.94)** o nell'**innovazione (0.93)**, altre stanno ancora affrontando sfide sostanziali.

Potenziale di crescita: È particolarmente significativo che settori quali le **risorse umane (4.25)**, **garanzia della qualità (3.74)** e **marketing (3.79)** presentino forti variazioni. Per alcune aziende si tratta dei fattori più importati, mentre per altre sono quasi irrilevanti.

Conclusione: L'elevata dispersione evidenzia che un programma uniforme per tutti non è realistico. Occorrono invece **priorità chiare laddove vi è ampio consenso** e **offerte decentralizzate e flessibili** che rispondano a esigenze specifiche. In questo modo gli imprenditori possono identificare i propri punti di forza e l'associazione fornisce un sostegno mirato laddove vi è consenso e consente lo scambio con specialisti laddove la dispersione è elevata.

Funzione (dispersione)	Importanza	Soddisfazione	Potenziale di sviluppo
Risorse umane	0.72	0.94	4.25
Marketing	1.18	0.88	3.79
Garanzia della qualità	0.62	0.80	3.74
Sviluppo d'impresa	0.69	0.87	3.66
Finanze	0.87	0.88	3.52
Innovazione	0.99	0.93	3.40
IT	0.66	0.80	3.32
Acquisti	0.71	0.79	3.09
Diritto	0.81	0.80	3.01
Fornitura di servizi	1.07	0.60	2.77
Distribuzione	1.07	0.62	2.68

Elevata dispersione = nessun accordo: difficile per l'associazione, ma scambio stimolante durante il seminario.

Bassa dispersione = ampio consenso: l'associazione può proporre offerte mirate.

5.1 Area d'intervento: Informatica

Nel ambito IT è evidente che i **costi e l'efficienza** rappresentano il principale punto critico (potenziale 0.53, soddisfazione solo 0.47). Qui le valutazioni divergono notevolmente. Alcune aziende hanno il pieno controllo dei propri sistemi, altre devono fare i conti con costi elevati.

Anche **l'introduzione di nuove tecnologie** (0.35) rimane un'area d'intervento centrale. Mentre alcune aziende sono all'avanguardia, altre hanno difficoltà a mettere in pratica i vantaggi.

Infrastruttura e cibersicurezza sono molto importanti (importanza (0.94), ma sviluppati in modo diseguale. In alcuni caso sono stabili, in altri presentano un chiaro bisogno di recupero. **La protezione dei dati e le reazioni ai guasti** sono invece considerate solidamente garantite.

Conclusione: Chi desidera utilizzare l'IT come leva per l'efficienza e la competitività deve concentrarsi soprattutto sul controllo dei costi e sull'impiego della tecnologia. È proprio qui che risiede il maggiore potenziale per lo scambio e il supporto pratico.

Area d'intervento	Importanza	Soddisfazione	Potenziale di sviluppo
Ridurre i costi IT aumentando al contempo l'efficienza.	0.88	0.47	0.53*
Implementare nuove tecnologie per aumentare l'efficienza.	0.88	0.65	0.35*
Garantire un'infrastruttura IT stabile e affidabile.	0.94	0.76	0.24
Proteggere i dati aziendali sensibili dalle cyberminacce.	0.94	0.82	0.18
Reagire rapidamente ai guasti informatici.	0.88	0.88	0.12
Rispettare le direttive sulla protezione dei dati e gli standard informatici.	0.76	0.88	0.06

Importanza: 0 = non importante & 1 = molto importante

Soddisfazione: 0 = insoddisfatto & 1 = molto soddisfatto

Potenziale di sviluppo: 0 = basso & 1 = alto

*Elevata dispersione/deviazione standard dei valori = elevate differenze nel grado di maturità delle aziende

5.2 Area d'intervento: Marketing

Nel marketing emergono evidenti lacune, aspetti più importanti sono la **generazione di lead e l'acquisizione di nuovi clienti** (potenziale di sviluppo 0,36). È qui che si decide il successo della crescita e alcune aziende sono già ben posizionate, mentre altre presentano evidenti carenze.

Anche la **notorietà del marchio** e un **posizionamento chiaro** (potenziale 0.21 ciascuno) sono leve centrali. Le differenze tra le aziende sono notevoli, mentre alcune hanno un'immagine visibile e differenziata, altre rimangono intercambiabili.

Temi quali la **personalizzazione** e **automazione** (potenziale 0.14 ciascuno) sono stati implementati solo in modo sporadico, ma offrono opportunità per una maggiore efficienza. Finora è stata prestata poca attenzione alle **analisi della concorrenza** e al **miglioramento del ROI**. Il **marketing** è spesso ancora visto come un centro di costo.

Conclusione: Il marketing è importante ma viene implementato in modo non uniforme. Per i dirigenti, le leve più importanti sono la generazione sistematica di lead e il lavoro sul marchio.

Area d'intervento	Importanza	Soddisfazione	Potenziale di sviluppo
Generare lead qualificati e acquisire nuovi clienti in modo efficiente.	0.71	0.50	0.36*
Aumentare costantemente la notorietà e la fiducia nel marchio.	0.93	0.71	0.21*
Differenziare chiaramente il posizionamento del marchio e comunicarlo in modo coerente.	0.79	0.71	0.21*
Aumentare la personalizzazione del marketing per incrementare i tassi di conversione.	0.50	0.71	0.14
Ampliare l'automazione del marketing per aumentare l'efficienza delle attività di marketing.	0.36	0.79	0.14
Effettuare regolarmente analisi della concorrenza, identificare le tendenze.	0.36	0.64	0.14
Migliorare costantemente il ritorno sugli investimenti (ROI) delle spese di marketing.	0.36	0.64	0.07

Importanza: 0 = non importante & 1 = molto importante

Soddisfazione: 0 = insoddisfatto & 1 = molto soddisfatto

Potenziale di sviluppo: 0 = basso & 1 = alto

*Elevata dispersione/deviazione standard dei valori = elevate differenze nel grado di maturità delle aziende

5.3 Area d'intervento: Garanzia della qualità

La garanzia della qualità è considerata molto importante, ma le priorità variano notevolmente. Il maggiore potenziale di sviluppo risiede nell'**efficienza dei processi** (0,29). Tuttavia, le differenze tra le aziende partecipanti sono molto marcate. Alcune aziende operano già in modo snello, mentre altre sono frenate da processi complessi.

Anche l'**utilizzo sistematico del feedback dei clienti** (0,24) mostra un elevato potenziale di sviluppo, ma esistono grandi differenze tra i partecipanti: alcuni utilizzano attivamente i feedback, altri invece spremano conoscenze preziose.

Al contrario, settori classici come il **rispetto degli standard** o delle **disposizioni di legge** registrano risultati molto stabili (potenziale 0.12 e 0.06). In questo caso non si tratta tanto di progresso, quanto piuttosto di affidabilità e di standard settoriali elevati.

Tesi: La garanzia della qualità è ampiamente consolidata, ma i veri fattori determinanti sono l'**aumento dell'efficienza** e l'**utilizzo del feedback**. In questo ambito le aziende possono imparare le une dalle altre e l'associazione può apportare un ulteriore valore aggiunto attraverso lo scambio di esperienze.

Area d'intervento	Importanza	Soddisfazione	Potenziale di sviluppo
Rendere i processi di garanzia della qualità efficienti in termini di costi e tempi.	0.76	0.71	0.29*
Analizzare e implementare sistematicamente il feedback dei clienti.	0.82	0.76	0.24*
Implementare sistemi di gestione della qualità e monitorarli costantemente.	0.53	0.82	0.18
I servizi soddisfano tutti gli standard di qualità.	0.76	0.88	0.12
Rispettare interamente le disposizioni di legge e ridurre al minimo i rischi.	0.94	0.94	0.06

Importanza: 0 = non importante & 1 = molto importante

Soddisfazione: 0 = insoddisfatto & 1 = molto soddisfatto

Potenziale di sviluppo: 0 = basso & 1 = alto

*Elevata dispersione/deviazione standard dei valori = elevate differenze nel grado di maturità delle aziende

5.4 Area d'intervento: Sviluppo d'impresa

Nello sviluppo d'impresa emerge la necessità di intervenire soprattutto nell'**implementazione delle strategie a lungo termine**: è considerata importante (0,82), ma il grado di soddisfazione è basso (0,65). Con il potenziale più elevato (0,35) e un forte disaccordo (*) tra le aziende, questa è l'area centrale per il 2025.

Anche l'**integrazione tecnologica** rimane critica; altamente ponderata (0.82) ma con notevoli differenze nel grado di maturità (potenziale 0.24, dispersione 0.44). Qui le esperienze divergono notevolmente (*).

Altri temi, come l'**individuazione delle opportunità di mercato** o la **gestione dei rischi**, sono relativamente consolidati e presentano un potenziale limitato. Le **partnership**, invece, sono già attuate con successo dalla maggior parte degli operatori e considerate un punto di forza da molti dirigenti del settore.

In breve: Per gli imprenditori, la leva principale risiede soprattutto nell'**implementazione della strategia e nella tecnologia**. È qui che si deciderà chi otterrà davvero un vantaggio competitivo nei prossimi anni.

Area d'intervento	Importanza	Soddisfazione	Potenziale di sviluppo
Implementare una strategia a lungo termine per garantire una leadership di mercato durevole.	0.82	0.65	0.35*
Integrare le tecnologie per rafforzare la forza innovativa e i vantaggi competitivi.	0.82	0.76	0.24*
Individuare le opportunità di mercato per aumentare il fatturato e le quote di mercato.	0.76	0.88	0.12
Valutare le opzioni di fusione e acquisizione per ampliare il portafoglio e rafforzare la posizione di mercato.	0.12	0.76	0.06
Gestire i rischi per garantire stabilità e sicurezza aziendale.	0.76	0.88	0.06
Stabilire partnership per aumentare le quote di mercato e l'efficienza.	0.65	0.94	0.00

Importanza: 0 = non importante & 1 = molto importante

Soddisfazione: 0 = insoddisfatto & 1 = molto soddisfatto

Potenziale di sviluppo: 0 = basso & 1 = alto

*Elevata dispersione/deviazione standard dei valori = elevate differenze nel grado di maturità delle aziende

5.5 Area d'intervento: Risorse umane

Nelle **risorse umane** spiccano due temi: promuovere la cultura e adeguare le strategie di reclutamento dei collaboratori (importanza 0,94, soddisfazione 0,65, potenziale 0,35). Considerate fondamentali da quasi tutti gli intervistati, ma pochi sono veramente soddisfatti. È qui che risiede la leva più importante per rendere le aziende pronte per il futuro.

Assicurarsi i migliori talenti (potenziale 0,29) è considerato molto importante da tutti (1,00), ma allo stesso tempo i valori di soddisfazione molto diversi tra loro mostrano che alcune aziende riescono a fidelizzare i talenti, mentre altre restano molto indietro.

Seguono i **programmi per i talenti** (potenziale 0,29) e **sviluppo dei dirigenti** (potenziale 0,12). Queste aree sono piuttosto complementari: rilevanti, ma percepite come meno urgenti (giustamente?).

Interpretazione: Il problema è chiaro, senza un lavoro culturale sistematico e strategie di reclutamento migliori, le aziende rischiano di rimanere indietro nella competizione per i talenti. L'associazione può fornire supporto soprattutto attraverso lo scambio di esperienze con specialisti e strumenti pratici.

Area d'intervento	Importanza	Soddisfazione	Potenziale di sviluppo
Promuovere una cultura che ispira a prestazioni eccellenti.	0.94	0.65	0.35*
Adattare le strategie di reclutamento di personale alle esigenze aziendali.	0.94	0.65	0.35*
Assicurarsi i migliori talenti per un successo aziendale duraturo.	1.00	0.71	0.29
Sviluppare programmi per i talenti e incentivi per fidelizzare i collaboratori.	0.76	0.71	0.29
Sviluppo dei dirigenti per una pianificazione successoria di successo.	0.71	0.88	0.12

Importanza: 0 = non importante & 1 = molto importante

Soddisfazione: 0 = insoddisfatto & 1 = molto soddisfatto

Potenziale di sviluppo: 0 = basso & 1 = alto

*Elevata dispersione/deviazione standard dei valori = elevate differenze nel grado di maturità delle aziende

5.6 Area d'intervento: Acquisti

Negli **acquisti** il quadro è contrastante. il potenziale maggiore risiede nella **puntualità delle consegne e disponibilità delle merci** (potenziale di sviluppo 0.24): importanza elevata, ma soddisfazione solo mediocre e grandi differenze tra le aziende.

Fornitori affidabili e **controllo dei costi** sono invece ampiamente consolidati, con un elevato grado di soddisfazione e un potenziale limitato. Anche la **conformità** è garantita ovunque, sebbene non sia considerata una priorità altrettanto importante.

Diversi sono i punti di vista sulle **nuove fonti di approvvigionamento**: per alcuni sono strategicamente decisive, per altri non sono affatto rilevanti.

Conclusione: Le funzioni di base funzionano, ma i fattori più importanti sono chiaramente la capacità di consegna e la diversificazione dei fornitori. Gli standard del settore sembrano essere facilmente comprensibili, mirati e semplici da attuare.

Area d'intervento	Importanza	Soddisfazione	Potenziale di sviluppo
Garantire la puntualità delle consegne e la disponibilità delle merci.	0.94	0.76	0.24
Garantire fornitori affidabili per una qualità costante.	0.82	0.88	0.12
Nuove fonti di approvvigionamento per un miglioramento costante.	0.59	0.76	0.12
Garantire prezzi competitivi e controllo dei costi per aumentare la redditività.	0.82	0.94	0.06
Garanzia di acquisti conformi alla legge e minimizzazione dei rischi.	0.71	1.00	0.00

Importanza: 0 = non importante & 1 = molto importante

Soddisfazione: 0 = insoddisfatto & 1 = molto soddisfatto

Potenziale di sviluppo: 0 = basso & 1 = alto

*Elevata dispersione/deviazione standard dei valori = elevate differenze nel grado di maturità delle aziende

5.7 Area d'intervento: Diritto

Nell'ambito del **diritto**, i risultati mostrano un quadro uniforme: l'importanza è valutata per lo più solo come media (0.35–0.65), mentre la **soddisfazione è costantemente elevata** (0.82–0.88). Di conseguenza, il potenziale di sviluppo è molto basso.

La cosa più importante è **garantire la conformità** (0.65), ma anche qui non c'è quasi bisogno di intervenire. Questioni come **contratti, controversie legali o controllo dei costi** sono ben regolamentate e rivestono un ruolo secondario per la maggior parte delle aziende.

Conclusione: Per i dirigenti significa che attualmente **non vi sono carenze acute** nell'ambito del diritto. Per l'associazione è evidente che in questo ambito esiste già un buon supporto. Un ulteriore supporto avrebbe un effetto molto più significativo in altre funzioni (IT o risorse umane).

Area d'intervento	Importanza	Soddisfazione	Potenziale di sviluppo
Garantire la conformità alle leggi e ridurre al minimo i rischi legali.	0.65	0.88	0.06
Tutela legale efficace e a basso rischio nelle controversie legali.	0.47	0.88	0.06
Controllare efficacemente i costi delle controversie legali.	0.47	0.88	0.06
Redigere e monitorare contratti giuridicamente validi.	0.53	0.82	0.06
Fornire consulenza legale per decisioni strategiche.	0.35	0.88	0.00

Importanza: 0 = non importante & 1 = molto importante

Soddisfazione: 0 = insoddisfatto & 1 = molto soddisfatto

Potenziale di sviluppo: 0 = basso & 1 = alto

*Elevata dispersione/deviazione standard dei valori = elevate differenze nel grado di maturità delle aziende

5.8 Area d'intervento: Distribuzione

L'analisi delle aree d'intervento della distribuzione mostra un quadro eterogeneo.

La fidelizzazione dei clienti spicca chiaramente: viene valutata quasi sempre come **molto importante (0.93)** e nello stesso tempo come **soddisfacente (0.93)**. Questo è un punto di forza del settore; c'è ampio consenso.

Per tutte le altre aree il quadro è decisamente meno uniforme:

- **Differenziazione dei prodotti (importanza 0.36, elevata dispersione),**
- **Crescita del fatturato (importanza 0.64, elevata dispersione),**
- **Ottimizzare i processi di distribuzione (importanza 0.43, elevata dispersione) e**

- Ridurre i costi di acquisizione dei clienti (importanza 0.36, elevata dispersione).

Da ciò emerge che, mentre alcune aziende considerano questi temi altamente rilevanti, molte altre ritengono che non meritino di essere approfonditi. **L'elevata dispersione** indica che si tratta piuttosto di **casi isolati** che di priorità comuni al settore.

Anche la **soddisfazione** è solo parzialmente significativa: con valori compresi tra 0.71 e 0.86 è certamente solida, ma **l'elevata dispersione** evidenzia chiaramente che le situazioni di partenza sono estremamente diverse.

Area d'intervento	Importanza	Soddisfazione	Potenziale di sviluppo
Differenziazione dei prodotti per aumentare le opportunità di vendita.	0.36	0.71	0.14*
Rafforzare la fidelizzazione dei clienti per aumentare le vendite aggiuntive e il valore dei clienti.	0.93	0.93	0.07
Promuovere la crescita del fatturato attraverso una strategia mirata di mercato e clientela.	0.64	0.86	0.07*
Ottimizzare i processi di distribuzione per aumentarne la redditività.	0.43	0.86	0.07*
Ridurre i costi di acquisizione dei clienti per conquistare quote di mercato e aprire nuovi mercati.	0.36	0.79	0.07*

Importanza: 0 = non importante & 1 = molto importante

Soddisfazione: 0 = insoddisfatto & 1 = molto soddisfatto

Potenziale di sviluppo: 0 = basso & 1 = alto

*Elevata dispersione/deviazione standard dei valori = elevate differenze nel grado di maturità delle aziende

5.9 Area d'intervento: Finanze

La maggior parte delle aziende attribuisce grande importanza alle aree d'intervento in ambito finanziario e le valuta complessivamente in modo positivo. Esistono tuttavia alcune differenze nei dettagli:

Garantire redditività a lungo termine è considerato l'area d'intervento più importante e la soddisfazione è piuttosto alta. Anche la dispersione tra le aziende è bassa (c'è consenso).

Struttura del capitale e flusso di cassa sono considerati molto importanti da tutti e tutti i dirigenti partecipanti ne sono relativamente soddisfatti.

L'analisi degli indicatori finanziari mostra il potenziale di sviluppo più elevato: i dati sono disponibili, ma spesso non vengono utilizzati in modo coerente per supportare decisioni basate sui fatti. La situazione varia notevolmente da un'azienda all'altra.

Interpretazione: Soprattutto quando si utilizzano indicatori finanziari, P possibile creare trasparenza e rendere le decisioni più sicure. Un supporto mirato in materia di competenza finanziaria apporta in questo caso un reale valore aggiunto.

Area d'intervento	Importanza	Soddisfazione	Potenziale di sviluppo
Analizzare gli indicatori finanziari per valutare le prestazioni.	0.65	0.65	0.29*
Gestire in modo ottimale la struttura del capitale e garantire la liquidità.	0.88	0.82	0.18
Stabilizzare il flusso di cassa e evitare problemi di liquidità.	0.88	0.82	0.18
Sviluppare e monitorare efficientemente piani finanziari e budget.	0.76	0.76	0.18*
Garantire redditività e stabilità finanziaria a lungo termine.	1.00	0.88	0.12
Minimizzare i rischi finanziari e attenuare la volatilità dei mercati.	0.76	0.82	0.12

Importanza: 0 = non importante & 1 = molto importante

Soddisfazione: 0 = insoddisfatto & 1 = molto soddisfatto

Potenziale di sviluppo: 0 = basso & 1 = alto

*Elevata dispersione/deviazione standard dei valori = elevate differenze nel grado di maturità delle aziende

5.10 Area d'intervento: Fornitura di servizi

La **fornitura di servizi** è considerata fondamentale: quasi tutti gli aspetti sono valutati dai dirigenti come estremamente importanti.

Trasparenza dei progetti, assegnazione delle risorse e il rispetto delle scadenze mostrano tuttavia solo una soddisfazione media (0,63). Con un potenziale di 0.38, è qui che si trovano le leve più importanti e la dispersione evidenzia che molte aziende hanno difficoltà simili.

Gli **standard di qualità** sono importanti (0.94), ma non sempre rispettati (0.69).

Le **relazioni con i clienti** sono invece considerate un punto di forza: elevata importanza, soddisfazione molto alta (0.94), potenziale quasi inesistente.

Conclusione: I progressi maggiori si ottengono laddove pianificazione, risorse e scadenze vengono migliorate in modo strutturato. La qualità rimane un fondamento importante. Le sfide sottostanti sono molto diverse e tradizionalmente riguardano il comportamento dei collaboratori, processi difficili e sistemi che offrono uno scarso supporto.

Area d'intervento	Importanza	Soddisfazione	Potenziale di sviluppo
Garantire la trasparenza dei progetti in corso.	1.00	0.63	0.38
Assegnare le risorse efficientemente e in base alle esigenze.	1.00	0.63	0.38
Rispetto delle date di consegna per garantire un elevato grado di soddisfazione dei clienti e una pianificazione sicura delle risorse.	1.00	0.63	0.38
Garantire il rispetto degli standard qualitativi.	0.94	0.69	0.31
Coltivare relazioni positive con i clienti e garantire la loro soddisfazione.	1.00	0.94	0.06

Importanza: 0 = non importante & 1 = molto importante

Soddisfazione: 0 = insoddisfatto & 1 = molto soddisfatto

Potenziale di sviluppo: 0 = basso & 1 = alto

*Elevata dispersione/deviazione standard dei valori = elevate differenze nel grado di maturità delle aziende

5.11 Area d'intervento: Innovazione

Nell'ambito dell'**innovazione**, le risposte mostrano un quadro contrastante: l'importanza è valutata per lo più da media a alta (0.44–0.75), ma la **soddisfazione rimane da bassa a media** (0.50–0.69).

Il potenziale maggiore risiede nella **cultura dell'innovazione** (0.31). Qui la dispersione è elevata. Significa che alcune aziende hanno approcci efficaci, mentre altre dispongono di strutture insufficienti.

Anche l'**implementazione delle idee** e le **opportunità di mercato precoci** (0.19 ciascuna) mostrano la necessità di intervenire, con differenze significative tra le aziende.

La **definizione delle priorità dei progetti** (0.13) e il **monitoraggio dei progetti** (0.06) sono considerati meno importanti dal punto di vista strategico e rimangono piuttosto questioni operative.

Conclusione: L'area presenta uno sviluppo disomogeneo. Chi rafforza la propria cultura dell'innovazione getta le basi per ulteriori progressi. Sviluppare nuovi servizi che riscuotono successo presso i clienti e implementarli rapidamente per acquisire nuovi clienti o aumentare il fatturato per cliente non sembra essere una strategia molto diffusa.

Area d'intervento	Importanza	Soddisfazione	Potenziale di sviluppo
Creare una cultura dell'innovazione e promuovere la generazione di idee.	0.69	0.50	0.31
Implementare efficacemente le idee in servizi commerciabili.	0.63	0.69	0.19
Identificare e valutare tempestivamente le opportunità di mercato per aumentare la competitività.	0.75	0.63	0.19
Dare priorità a progetti innovativi e assegnare le risorse in modo mirato.	0.50	0.63	0.13
Monitorare i progetti innovativi e valutarne i progressi.	0.44	0.69	0.06

Importanza: 0 = non importante & 1 = molto importante

Soddisfazione: 0 = insoddisfatto & 1 = molto soddisfatto

Potenziale di sviluppo: 0 = basso & 1 = alto

*Elevata dispersione/deviazione standard dei valori = elevate differenze nel grado di maturità delle aziende

6. Prossime fasi: sfruttare il potenziale di sviluppo

Partecipare al seminario Sparkner presso eit.swiss

Partecipare al seminario Sparkner «Crescere con intelligenza – Pianificazione strutturata della crescita per imprenditori».

Nel seminario, al massimo 11 partecipanti, si impara come sviluppare la propria impresa:

1. identificare le leve più efficaci all'interno dell'impresa
2. individuare ostacoli legati a collaboratori, processi e sistemi e
3. definire le misure più adatte.

Prima del seminario va compilato un questionario, così da poter adattare i contenuti alle proprie esigenze.

Si porteranno a casa 5 misure concrete in aree d'intervento centrali che aiuteranno a rimuovere ostacoli alla crescita nei prossimi 12 mesi.

Pianificazione della crescita specifica dell'azienda

Siamo imprenditori e direttori. Per noi conta l'implementazione orientata agli obiettivi, accompagnata da una giusta dose di analisi. Per questo accompagniamo le aziende in modo mirato nella prioritizzazione, pianificazione e realizzazione delle loro misure.

Che si tratti di formazione dei collaboratori, automazione dei processi o sviluppo di nuove offerte: non ci limitiamo a selezionare i temi, ma partecipiamo anche all'implementazione, nella misura in cui sia utile a voi.

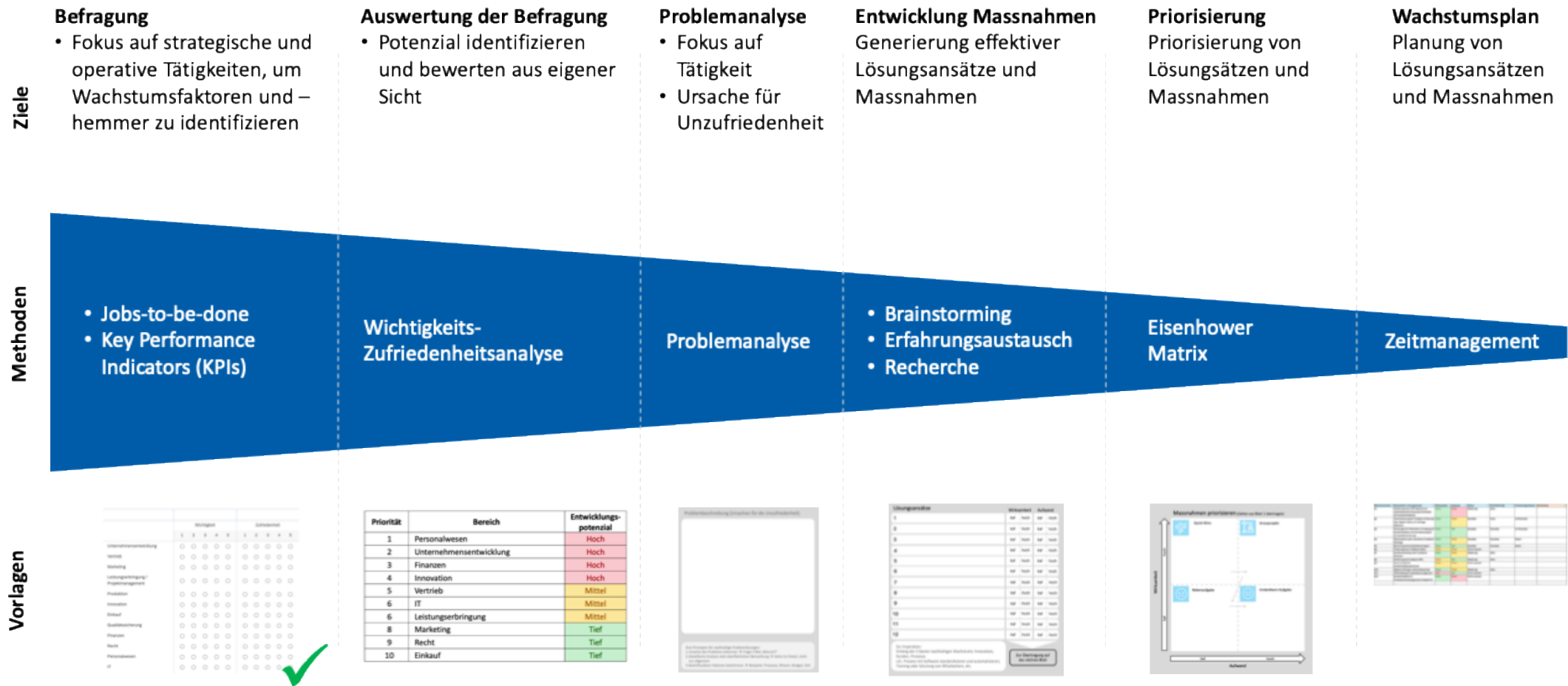
Offriamo quindi:

- Workshop di pianificazione in azienda
- Sparring & coaching per dirigenti
- Supporto nell'implementazione dei progetti

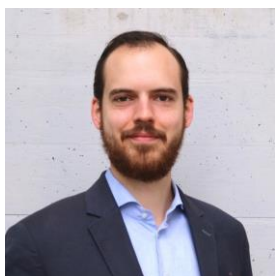
Il nostro obiettivo è che le vostre priorità non finiscano nel cassetto ma abbiano un impatto visibile all'interno dell'azienda.

Siamo aperti alla misurazione del successo e alla partecipazione ai risultati, perché siamo sicuri della qualità del nostro lavoro.

7. Dall'analisi al piano di crescita in 6 fasi: Il nostro approccio nel seminario



8. La squadra dietro a Sparkner



Philip Wels

Partner

Distribuzione e sviluppo d'impresa

T 044 520 20 39

E philip.wels@sparkner.ch

[LinkedIn](#)



Christoph Mösli

Partner

IT e innovazione

T 044 520 20 39

E christoph.moesli@sparkner.ch

[LinkedIn](#)

Philip Wels ha 8 anni di esperienza nella gestione di progetto di iniziative strategiche e sviluppo, nonché nell'implementazione di soluzioni nei settori della distribuzione, dello sviluppo d'impresa e dell'innovazione

Ha realizzato progetti in aziende di servizi, nel settore energetico e in aziende IT/software.

Christoph Mösli ha 30 anni di esperienza nella definizione e implementazione di soluzioni negli ambiti della gestione aziendale, distribuzione, IT e innovazione.

Ha realizzato progetti in aziende di servizi, consulenza IT, impiantistica e sviluppo tecnologico.

Sparkner ha partnership con 24 fornitori di servizi specializzati nell'implementazione di iniziative strategiche per PMI e scale-up. Questi fornitori di servizi possono supportare congiuntamente tutti i settori di attività nell'implementazione strategica e operativa.

L'obiettivo dei partner: alleggerire il carico di lavoro dei dirigenti e rafforzare la loro capacità di implementazione.

Contatto



Sparkner AG

E info@sparkner.ch

I 8108 Dällikon, Zurigo, Svizzera

T 044 520 20 39

<https://sparkner.ch>

<https://www.linkedin.com/company/sparkner>

IDI CHE-134.951.224

