



P A R M A 2 1 N O V E M B R E 2 0 1 4

L E N U O V E S F I D E D E L L ' A L I M E N T A R E I T A L I A N O

GRUPPO ITALIANO CONDIMENTI



GRUPPO ITALIANO CONDIMENTI

- PROPRIETA' FAMIGLIA CREMONINI
- OLIO E ACETO
- 110 PAESI
- CANALI RETAIL, FOODSERVICE, ...

GRUPPO ITALIANO CONDIMENTI

COSA SIGNIFICA ESSERE EXPORT ORIENTED?

- AFFRONTARE MERCATI COMPLESSI
- COSTRUIRE UN'ORGANIZZAZIONE PERFORMANTE
- CREARE UNA FLESSIBILITA' CREATIVA

GRUPPO ITALIANO CONDIMENTI

AFFRONTARE MERCATI COMPLESSI

CODICI PRODOTTO FINITO: 2.000

CODICI PROTOTTO TOTALI: 5.000

10 ANNI FA...

CODICI PRODOTTO FINITO: 800

CODICI PROTOTTO TOTALI: 2.200

CICLO DI VITA DI UN CODICE PRODOTTO 1 ANNO e 2 MESI

IN 10 ANNI 10.000 NUOVI CODICI PRODOTTO

281 CAMPI IN ANAGRAFICA PRODOTTI

GRUPPO ITALIANO CONDIMENTI

AFFRONTARE MERCATI COMPLESSI

CODICI CLIENTE: 890

CODICI CLIENTE DM: 1170

10 ANNI FA...

CODICI CLIENTE: 884

CODICI CLIENTE DM: 1160

CICLO DI VITA DI UN CODICE CLIENTE 2 ANNO e 4 MESI

IN 10 ANNI 3.600 NUOVI CODICI DM

240 CAMPI IN ANAGRAFICA CLIENTI

GRUPPO ITALIANO CONDIMENTI

COSTRUIRE UN'ORGANIZZAZIONE PERFORMANTE

ANALISI ANALISI ANALISI

DISEGNARE I PROCESSI

ATTRIBUIRE LE RESPONSABILITA'

SVILUPPARE STRUMENTI IT

FORMAZIONE DEL PERSONALE

REENGINEERING

GRUPPO ITALIANO CONDIMENTI

CREARE UNA FLESSIBILITA' CREATIVA

POCHE CASELLE MOLTI FOGLI BIANCHI

PROBLEM SOLVING COME CULTURA AZIENDALE

PROFILI PROFESSIONALI SVILUPPATI

TEAMWORK INTERFUNZIONALI

PROJECT MANAGEMENT

I CONFINI DEI SISTEMI INFORMATIVI

GRUPPO ITALIANO CONDIMENTI

MA COSA PUO' FARE VERAMENTE LA DIFFERENZA?

PRENDERE LE MIGLIORI RISORSE SUL MERCATO?

FORSE...

LAVORARE DI PIU'? METTERE UNA BRANDINA IN AZIENDA?

DUBITABILE ...

INVESTIRE IN TECNOLOGIA?

DIPENDE...

GRUPPO ITALIANO CONDIMENTI

MA COSA PUO' FARE VERAMENTE LA DIFFERENZA?

FORSE LE LEVE SONO CONFUSE CON GLI STRUMENTI

VISION

MISSION

VALORI

PRINCIPI

GRUPPO ITALIANO CONDIMENTI



GRUPPO ITALIANO CONDIMENTI

GRAZIE

Alberto Fenati
afenati@olitalia.it
www.olitalia.com