

CONSULENZA/2. Le strategie post-crisi degli operatori del settore

Domanda e offerta convergono

Maggiore consapevolezza e attenzione a far crescere le competenze interne alle aziende richiedono un servizio di consulenza più maturo e orientato al risultato

Concretezza, vicinanza al cliente, attenzione alle persone, questi sono gli elementi sui quali le società di consulenza interpellate da "L'Impresa" puntano per la loro offerta 2010 con nuove modalità di rapporto con il cliente.

A dire il vero, alcune società avevano già impostato fin dalla nascita la loro strategia su metodologie studiate per dare risultati concreti in tempi rapidi, i tempi oggi sembrano maturi per dare loro ragione.



Maria Cristina Galgano, ad del Gruppo Galgano

Dello stesso avviso **Maria Cristina Galgano**, amministratore delegato del Gruppo Galgano fondato nel 1963 da Alberto Galgano, il consulente italiano che ha contribuito alla cultura manageriale con oltre 20 libri pubblicati, che racconta: «Una volta il consulente studiava la situazione dell'azienda, intervistava il top management e poi creava il progetto. Oggi l'azienda vuole essere protagonista del progetto e chiede percorsi di crescita per il management interno. Le aziende italiane hanno imparato

a usare la consulenza, vogliono capire e non seguono più ciecamente il consulente. Hanno idee più chiare delle loro esigenze e sono più inclini ad affiancare con loro risorse dedicate i consulenti per fare acquisire un know how che resti in azienda. Questo nuovo atteggiamento lo registriamo sia nelle aziende produttive sia in quelle che offrono servizi, ambito nel quale ci aspettiamo una crescita di interesse verso l'approccio lean».