

## Corso - Kurs

6/1599 – Il Reporting per supportare le decisioni aziendali

## Ente organizzatore - Organisator

**CTM – Centro di Tecnologia e Management Srl, Via Macello 57, 39100 Bolzano**  
*Riservato alle aziende associate ad Assoimprenditori Alto Adige*

## Destinatari - Zielgruppe

Il corso è rivolto a **Controller, Responsabili Amministrativi, Contabili, Assistenti di Direzione**, ma anche **Manager, Responsabili di funzione** e chiunque produca report per supportare le decisioni aziendali.

Il corso è utile sia a chi in azienda ha già un sistema di reporting strutturato, ma anche a chi si sta avvicinando alla misurazione della performance ed alla reportistica.

## Prerequisiti - Voraussetzungen

Avere minima familiarità con i report aziendali e con l'uso di Excel, è necessario portare con sé il proprio notebook per lavorare con Excel durante il corso.

## Obiettivi - Ziele

L'obiettivo principale del corso è quello di fornire ai partecipanti metodologie e strumenti che gli permettano di migliorare la reportistica aziendale, sia per quanto concerne il contenuto e la rappresentazione dei dati, ma anche per quanto riguarda la comunicazione delle informazioni necessarie per supportare le decisioni aziendali.

Al termine del corso il partecipante sarà in grado di migliorare la propria reportistica applicando le tecniche e gli strumenti appresi durante il corso, supportando così in modo più efficace ed efficiente le decisioni aziendali.

Il metodo formativo è interattivo e si avvale di diversi strumenti: presentazioni Powerpoint, Excel ed altri tools. Ai partecipanti viene richiesto di portare esempi pratici di report aziendali che analizzeremo durante il corso e che verranno poi elaborati e rivisti.

## Contenuti - Inhalte

### Premessa

La quasi totalità delle aziende si vede costretta ad affrontare numerosi problemi legati alla reportistica ed all'analisi dei dati, tra cui:

#### 1. **Overflow informativo**

Quasi tutte le imprese hanno oggi a disposizione una grande quantità di dati, dai quali è difficile generare conoscenza e quindi informazioni utili che possano supportare le scelte aziendali

#### 2. **Presentazione dei dati**

Sono oramai disponibili molteplici possibilità di presentazione dei dati raccolti: tabelle, grafici, infografiche, dashboard e tante altre, risulta però difficile operare una scelta che massimizzi l'efficacia dei report a seconda del contesto di utilizzo.

#### 3. **Identificazione degli Indicatori (KPIs)**

Non è semplice utilizzare gli indicatori giusti per governare il proprio business, sia dal punto di vista strategico che operativo. Inoltre, si presenta sempre il problema di quali e quanti indicatori produrre per i diversi livelli gerarchici dell'azienda.

Il corso si propone di affrontare il tema ponendo al centro dell'attenzione gli obiettivi del sistema di reporting ed i mezzi, metodologici e tecnologici, per raggiungere il fine ultimo: **supportare le decisioni aziendali in modo efficace, efficiente e veloce.**

## **Programma**

### **La piramide della conoscenza**

Prima di addentrarsi nel mondo del reporting, è necessario prendere coscienza delle differenze che vi sono tra dato, informazione, conoscenza e saggezza.

1. Cos'è la piramide della conoscenza
2. Le implicazioni pratiche della piramide della conoscenza nel contesto aziendale

### **Analisi dei casi dei partecipanti**

Ogni partecipante è invitato a mostrare un proprio report che utilizza in azienda e sul quale lavorerà durante il periodo del corso e che presenterà nell'ultima lezione.

### **Contenuto del reporting**

La scelta degli indicatori da monitorare: analisi dei processi critici di generazione del valore ed individuazione dei KPIs strategici ed operativi.

Il ruolo della strategia nella determinazione degli obiettivi e nell'identificazione degli indicatori adeguati.

1. Analisi dei processi di creazione del valore: il Business Model Canvas come strumento diagnostico
2. Identificazione degli obiettivi e degli indicatori strategici: la Balanced Scorecard
3. Indicatori "lead" e "lag"
4. Indicatori monetari vs. non monetari
5. La misurazione del capitale intangibile
6. La dimensione gerarchica degli indicatori da utilizzare

### **Performance Measurement System**

La creazione di un sistema di reporting volto alla misurazione della performance: definizione e implicazioni pratiche.

### **Struttura e rappresentazione dei dati**

Gli indicatori utilizzati possono essere rappresentati in innumerevoli modalità, attraverso l'utilizzo di diversi strumenti

1. La costruzione di un report
2. Principi di Data Visualisation
3. Gli standard del reporting e le regole auree
4. Gli strumenti (tools) che ci possono aiutare

### **Esercitazioni pratiche**

Esercitazioni pratiche in aula con MS Excel e con l'add-in Zebra BI:

1. Casi di esempio
2. Esercizi

### **Modelli di report**

Visione ed analisi di modelli di report per supportare e guidare le decisioni aziendali

### Storytelling

Fare un report è un atto di comunicazione, i dati contenuti in un report raccontano sempre una storia, questa storia deve emergere dal report che ne deve fornire evidenza in modo chiaro ed esaustivo.

1. Il messaggio del report
2. Costruire uno storytelling: l'importanza del testo
3. Facilitare le soluzioni e le azioni di miglioramento

### Supporto

L'impatto dei supporti utilizzati sulla costruzione del report, come i diversi supporti influenzano la comprensione del report e quindi la sua redazione

1. I report cartacei/PDF
2. Le presentazioni Powerpoint
3. Le dashboard
4. Le piattaforme mobile
5. Il self reporting

### Presentazione

L'atto finale del report si sostanzia nella sua presentazione, non ha senso avere un prodotto perfetto se non siamo in grado di "venderlo" e di rendere partecipi i clienti, siano essi interni od esterni all'organizzazione.

1. L'impatto delle modalità di presentazione sul reporting
2. Il soggetto presentante (è chi ha redatto il report?)
3. L'esecuzione (riunione formale, one-to-one ecc.)

### Presentazione dei casi dei partecipanti

Ogni partecipante presenta il proprio report rivisto e migliorato dopo aver appreso nuovi metodi e strumenti durante le lezioni.

#### Docente - Kursleiter

Simone Verza

<https://simoneverza.it/>

#### Lingua di insegnamento - Unterrichtssprache

Italiano

#### Durata/calendario/orario - Dauer/Kalender/Stundenplan

2 sessioni da 8 ore (16 ore)

11/11/2021

12/11/2021

dalle ore 8:30 alle 13.00 e dalle 14.00 alle 17:30

#### Luogo di svolgimento - Abhaltungsort

Assoimprenditori Alto Adige, Via Macello 57, 39100 Bolzano

[Mappa](#)

**Termine di iscrizione - Anmeldeschluss**

**2 novembre 2021**

**Quota di partecipazione - Teilnahmegebühr**

**€ 440,00 + IVA**

*Materiale didattico compreso*

*Per le aziende aderenti a Fondimpresa la quota può essere finanziata attraverso il “Conto formazione aziendale”. Le aziende associate ad Assoimprenditori possono richiedere assistenza a CTM per la presentazione della domanda.*

**Attestato di frequenza - Teilnahmebestätigung**

**Al termine dell'attività formativa ogni partecipante che ha frequentato almeno l'85% delle ore totali, riceve un attestato di frequenza.**