

XIII° Edizione

CONSULTING DAY 2023

INTRODUZIONE ALLA PRESENTAZIONE DELLE RICECHE SULLA DOMANDA DI CONSULENZA

Pietro Penza
19-10-2023

La domanda di consulenza delle aziende: aspettative, fattori di scelta, esigenze e valore percepito



- I. **Obiettivi: rivedere le dinamiche e i driver della domanda di consulenza da parte delle imprese anche in ottica post- Covid**

- II. **Individuare i fattori di scelta del consulente (al di là degli economics) che possono essere utili a indirizzare / modificare l'offering di prodotti servi o le modalità di erogazione**

- III. **esplorare la fattibilità di modalità di remunerazione alternative a quella del «lavoro incorporato»**

- IV. **indagare le cause del gap tra valore percepito come erogato dalle società di consulenza e quello percepito come ricevuto dalle aziende**

Qualche spunto di riflessione (con un po' di storia e di saggezza popolare)



- ❑ **Adam** Smith sosteneva che il valore di ogni bene prodotto dipendeva dalla **quantità e dalla qualità del lavoro**, incorporata in esso (valore-lavoro contenuto). Nel momento in cui avveniva lo scambio, però, ogni bene assumeva un valore diverso, in base alla domanda e all'offerta (valore-lavoro comandato). E' generalmente questo il modo con cui ci rapportiamo a mercato. E' il modo in cui vogliamo rapportarci anche per il futuro ?
- ❑ Noi pensiamo di erogare valore: ma gli antichi romani ci insegnano che «res tantum valet quantum vendi potest». Riusciamo a far percepire il valore erogato ?
- ❑ Il mercato della consulenza comunque cresce a ritmi tra 2x e 8x la crescita reale del PIL. Chi disprezza compra ! E allora perché disprezza ? Ma poi, disprezza veramente ?
- ❑ Noi vogliamo creare una «trusted relationship» con il cliente. Gli uffici acquisti tendono a «commoditizzare» e parcellizzare l'offerta secondo il principio del «divide et impera». Come recuperare/rafforzare il ruolo di trusted advisor e non quello di semplici fornitori di servizi ?