

PRAXI

PRAXI PLAY ON!®

The Business Development Game

Il gioco che aumenta l'impatto della formazione inserendo i partecipanti in un'esperienza attiva di costruzione di un piano di sviluppo del business.

In forma crescente, le organizzazioni chiedono alle proprie persone di avere uno spiccato orientamento al business e di cogliere le opportunità con uno spirito creativo.

In questo contesto, PRAXI ha mutuato gli strumenti tradizionali del gioco (premi, riconoscimenti, punteggi e sfide) inserendoli in un business game che guida alla creazione progressiva di un piano di sviluppo di prodotti o servizi, permettendo ai partecipanti di sperimentare direttamente i principali strumenti gestionali di economico-finanziari, di analisi e di marketing, oggi imprescindibili per competere sui mercati nazionali e internazionali.

Praxi Play On!® permette di velocizzare e aumentare l'impatto della formazione facendo leva sul paradigma del gioco, il più diffuso e influente mezzo di comunicazione e intrattenimento del mondo.

PRAXI SALES and MARKETING è la Business Unit di PRAXI che unisce l'esperienza di oltre 45 anni di presenza sul mercato ai più recenti strumenti di sviluppo in area commerciale e marketing, per offrire ai propri clienti progetti personalizzati di crescita del business, dall'analisi alla razionalizzazione della strategia, al supporto all'implementazione.

PRAXI SALES and MARKETING opera in stretto collegamento con la consociata Consalia con sede a Londra e Singapore e con The Summit Group con sede a Minneapolis, per potenziare le performance delle grandi reti di vendita e aiutare i clienti a cogliere le migliori opportunità ovunque esse siano.

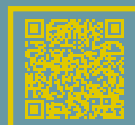
www.praxi.com

Contact

Paola Besusso

T +39 0116560 - M +39 338 6059547

paola.besusso@praxi.com



Obiettivi formativi

Il gioco si pone l'obiettivo di stimolare il pensiero strategico, sviluppando nei partecipanti le competenze legate alle seguenti leve gestionali:

- analisi del mercato di riferimento
- orientamento al cliente e al risultato
- affinamento delle capacità decisionali e presa di confidenza con situazioni di rischio e incertezza
- sviluppo della capacità analitica
- lettura del bilancio e dei principali indici economico-finanziari
- visione e interazione tra le funzioni aziendali
- addestramento al ragionamento strategico
- organizzazione della forza vendita
- pianificazione di azioni e attività di marketing coerenti
- sviluppo delle soft-skills dei partecipanti
- sviluppo del team- working.

Approccio formativo

Praxi PLAY ON!® si presenta come un gioco interattivo, su piattaforma web, in cui i partecipanti, suddivisi in sottogruppi e con la conduzione di un trainer, gestiscono le principali leve di marketing e commerciali di altrettante aziende che competono sullo stesso mercato di riferimento.

Attraverso le modalità di gioco "learning by doing" e "learning by experience" i partecipanti apprendono i temi trattati con la massima efficacia ed in tempi ristretti, mentre il docente interviene nel corso della simulazione con momenti didattici di approfondimento. L'unione di queste due tecniche consente ai partecipanti di memorizzare e concretizzare i concetti emersi, per trasferirli immediatamente nella realtà lavorativa quotidiana.

Gioco

Praxi PLAY ON!® integra su piattaforma web tutti gli strumenti utili alla creazione di un piano di sviluppo di business da parte dei partecipanti.

Divisi in gruppi, ogni team rappresenta la titolarità di un'Azienda, la quale è chiamata a compiere scelte strategiche e operative all'interno di un mercato concorrenziale simulato, in competizione con gli altri team.

Inizialmente le squadre sono chiamate ad analizzare la situazione corrente, avendo a disposizione i dati dell'azienda, del mercato, delle vendite e delle indagini di Customer Satisfaction. Sulla base di tali informazioni i gruppi sceglieranno quali azioni compiere in termini di identificazione del target, incrocio prodotto/mercato, scelta dei canali, organizzazione della forza vendita e identificazione delle attività di marketing a supporto della strategia.

Tali azioni si realizzano attraverso una serie di giocate che originano punteggi. Il punteggio viene calcolato sulla base di alcuni indicatori definiti in fase di programmazione che, a seconda della fase, misurano l'esattezza, l'accuratezza, e la completezza delle scelte effettuate.

Le giocate ridefiniscono gli scenari di fine periodo, hanno un proprio costo e impattano direttamente su Conto Economico e risultati aziendali (quote di mercato, basi clienti, ecc.). I partecipanti possono altresì ragionare sull'allocazione del budget previsto.

Il compito delle squadre sarà dunque quello di individuare e attuare le strategie migliori per massimizzare gli obiettivi dati, al fine di aggiudicarsi la competizione con le altre aziende presenti sul mercato virtuale.

Al termine del Business Game ci sarà un solo gruppo vincitore, la cui azienda avrà ottenuto la migliore performance in termini di fatturato, margine e quota di mercato.

Elementi personalizzabili

Per aumentare l'efficacia didattica, il Cliente può decidere i seguenti criteri di personalizzazione del gioco:

- Accento del percorso didattico (Business Game gestionale, Marketing Management, Sales Game, Econ&Finance)
- Mercato geografico di riferimento (ITA - EUR - MONDO)
- Settore di riferimento(*)
- Volumi e valori di mercato
- Ratios economico-finanziari di riferimento
- Struttura dell'organizzazione di partenza
- Grado di approfondimento dell'analisi di marketing
- Fattori critici di successo
- Imprevisti e opportunità
- Livello di complessità didattica (bassa, media, alta)
- Obiettivi di business da raggiungere per le aziende virtuali
- Struttura della forza commerciale
- Leve operative del marketing mix
- Elasticità del prezzo
- Effetti della politica degli sconti commerciali
- KPI di riferimento
- Approfondimenti teorici da trattare.

Risultati

Praxi PLAY ON!® nasce come piattaforma di integrazione degli strumenti analitici, strategici e operativi che permettono da una parte di ampliare la profondità e complessità delle competenze delle persone coinvolte, ma parallelamente di modificare il mind set, ovvero l'insieme delle credenze che riflettendosi a cascata sui comportamenti, permettono alle persone di costruire quotidianamente le migliori performance di business.

(*) Al fine della dinamica d'aula si è dimostrato più efficace che i partecipanti operino in un mercato diverso dal proprio, al fine di spostare l'attenzione dell' "abbiamo sempre fatto così" e stimolare così un approccio creativo e "out of the box thinking".