



G1 - LA GESTIONE STRATEGICA DEI COSTI

Definire la roadmap di ottimizzazione dei principali costi aziendali

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

12 giugno 2026 | 14 dicembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

I costi rappresentano una variabile critica per l'impresa, specie in tempi di contrazione di vendite o margini reddituali. Le tecniche tradizionali di analisi dei costi si concentrano però prevalentemente sulla misurazione e sul calcolo, anziché sulle azioni di possibile intervento, trascurando l'analisi dei fattori che generano l'insorgenza dei costi, nonché delle relazioni tra sostenimento dei costi e capacità dell'azienda di generare valore per il cliente finale. Il corso Gestione Strategia dei Costi si focalizza su approcci finalizzati a supportare azioni di Cost Management in un'ottica strategica, con l'obiettivo di allineare l'acquisizione e l'impiego delle risorse economiche al perseguimento della strategia aziendale. Dopo un'illustrazione generale delle logiche e degli strumenti dello Strategic Cost Management (SCM), il corso si articola seguendo un'ottica per processi, illustrando il ruolo dello SCM a supporto di tutti i processi aziendali. I concetti di contabilità dei costi verranno ri-analizzati in un'ottica strategica attraverso un'analisi dei costi effettuata in un contesto più ampio, dove gli elementi strategici diventano più chiari e formali in quanto proiettati verso l'individuazione di un vantaggio competitivo.

A CHI È RIVOLTO

- Amministratori Delegati e Direttori Generali...
- Direttore Operations
- Direttore di Stabilimento
- Direttore Supply Chain/Acquisti
- Direttore Amministrazione e Finanza
- Controller di Gestione

APPRENDERETE A...

- Scoprire l'importanza di analizzare e gestire i costi
- Utilizzare Costing Activity-Based (ABC) e Activity-Based Management (ABM)
- Comprendere l'importanza del processo di determinazione dei costi e di allocazione dei costi
- Sviluppare strumenti importanti per la pianificazione e il processo decisionale
- Valutare e gestire le prestazioni attraverso la gestione strategica dei costi
- Effettuare analisi di make or buy
- Valutare economicamente soluzioni alternative e decidere la convenienza dei progetti
- Analizzare e ottimizzare la redditività del mix di prodotti
- Definire ed implementare un programma di riduzione dei costi

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Il posizionamento competitivo in termini di costi
- Il calcolo del costo dei prodotti: un caso di job order costing
- Le scelte di make or buy: produrre internamente o far produrre da terzi?
- Le scelte di mix di prodotti: il margine di contribuzione

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto, verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti
Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



G1 - LA GESTIONE STRATEGICA DEI COSTI

PROGRAMMA

La gestione strategica del valore dell'impresa attraverso la leva dei costi

- Il concetto di catena di valore
- Il concetto di posizionamento strategico
- Il concetto di determinante di costo

L'azienda come sistema di attività e le relazioni costo-valore

Il sistema di Cost Management: finalità e strumenti

- Costi variabili e costi fissi
- L'analisi del break even point e l'impatto dei costi sulle decisioni aziendali
- I principi dell'analisi full-cost
- L'allocazione dei costi indiretti e i sistemi per il controllo dei costi aziendali
- Costo del venduto e qualità progettata
- Prezzo e qualità percepita
- Il margine di contribuzione come segnale della posizione competitiva
- Il sistema di contabilità per i centri di costo e i centri di responsabilità
- I centri di costo come base per le scelte di gestione corrente, strategica e organizzativa

L'analisi dei processi aziendali attraverso l'Activity-Based Management

- Activity-Based Costing Systems (ABC)
- Analisi a valore aggiunto contro attività non a valore aggiunto
- Gestione basata sulle attività (ABM)
- Gestire la redditività del cliente
- Gestire la Qualità e il tempo per creare valore
- Tecniche di stima dei costi
- Valutazione e Gestione delle performance

La gestione dei costi attraverso il processo di sviluppo prodotti

La gestione dei costi del processo di acquisto: supply chain management accounting

La gestione dei costi del processo produttivo

La gestione dei costi per il processo di gestione del cliente

Strategia, Balanced Scorecard e Performance Measurement

- Le nuove metodologie di controlling: la balanced scorecard come cruscotto quadro per il governo dell'azienda
- Gli indicatori per le performances aziendali: dall'analisi per indici e flussi ai KPI

Cost management e snellimento dei processi aziendali

Decisioni di Cost Management

- Il processo decisionale
- Identificare i costi rilevanti
- Valutare Alternative
- Le decisioni di make or buy
- Aggiungere o Eliminare un prodotto/linee di prodotto
- Investimenti in produzione
- Decisioni di pricing per ordini speciali