



**ESPERTI**  
Alcuni professionisti  
di Prodest Consulting

**U**na delle attività più delicate nella vita di un'azienda consiste nella capacità di tradurre la conoscenza disorganizzata che risiede all'interno dell'organizzazione stessa in concrete opportunità di business. «Il problema nasce, spesso, da una limitata capacità di comprendere le giustificazioni che si sono poste alla base della nascita di una determinata realtà – sostiene l'ingegner Marco Garbarino, fondatore di Prodest Consulting – perché, spesso, le risorse non hanno chiara conoscenza di quelli che sono i veri obiettivi e di quali sono gli strumenti e il know how necessari al loro raggiungimento». L'analisi di Garbarino è il frutto di un'osservazione privilegiata, essendo la sua società di consulenza, Prodest Consulting, una delle realtà più innovative e affermate nel settore. Proprio per tali ragioni, ci si confronta costantemente con una cultura imprenditoriale non sempre aggiornata e aperta alle possibilità che le nuove metodologie e i nuovi strumenti offrono per sviluppare il business. **Ingenere, lei sostiene che vi sia**

**una carenza di Know How tra manager e imprenditori. Quanto è diffusa?**

«L'identificazione di quelle che sono le strategie dell'impresa spesso è connessa a una difficoltà o alla non conoscenza del mercato su cui questa opera. Per le PMI il territorio su cui si agisce, malgrado la globalizzazione e il sempre maggiore posizionamento nell'ambito dell'import-export è, sovente, circoscritto e pur sempre importante. In questi contesti a mancare sono una corretta analisi, pianificazione, attuazione e controllo di marketing, vale a dire una ricerca di mercato mirata ad ampliare il proprio giro di affari. È in questo contesto che si colloca la pluriennale esperienza di Prodest Consulting sul tema del geomarketing».

**Di cosa si tratta?**

«È una disciplina che sposa le modalità tradizionali di analisi marketing con una chiave di lettura specifica: il territorio. Si tratta di un nuovo approccio manageriale che consente un utilizzo più efficace delle informazioni disponibili in azienda, sfruttandone la componente territoriale per analisi

non consentite dai tradizionali strumenti di valutazione. In pratica le imprese e i loro clienti vengono identificati geograficamente. In questo modo ne ricaviamo l'esatta collocazione per comprendere se ogni area è sufficientemente servita a seconda della domanda che presenta. Sulla base di queste operazioni possiamo posizionare strategicamente i prodotti nelle diverse aree del territorio tenendo in considerazione le sue esigenze e richieste».

**Quindi si tratta di uno studio strategico del territorio?**

«Il geomarketing è un sistema di supporto alle decisioni del management, in grado di orientare le scelte di marketing operativo in funzione del contesto territoriale nel quale operano le singole realtà. Tenendo presente che l'obiettivo primario è quello di sostenere le richieste del mercato, bisogna seguire le sue mappature creando capacità produttive adeguate. Coniugando il potenziale di un'azienda con l'identificazione delle aree maggiormente proficue si crea un sistema redditizio ma con un basso livello di rischio».

## IL MERCATO SI CONQUISTA STUDIANDO IL TERRITORIO

Analizzare le aree di interesse per aiutare le imprese a rispondere adeguatamente alle richieste del tessuto economico. Prodest Consulting supporta le aziende e gli istituti di credito nel dotarsi di importanti strumenti di sviluppo, dai piani di continuità operativa al geomarketing, alla compliance normativa

**ANDREA MOSCARIELLO**



**Mentre per quanto riguarda la formazione che genere di supporto proponete?**

«Abbiamo creato un servizio di formazione a distanza. È un importante approccio di formazione on-line volto a facilitare le aziende nell'erogazione al proprio personale della formazione su temi quali la Privacy e il Business Continuity Management».

**Lo stesso servizio lo offrite anche agli istituti di credito?**

«Per le banche il servizio di geomarketing è teso a identificare le fasce di clientela servita e potenziale, distinguendole per tipologia di affari, per sesso, per età e per situazione lavorativa. Le affianchiamo quindi nell'identificare quali sono i prodotti più giusti, più adatti e maggiormente proponibili al mercato, fornendo informazioni sulla domanda attuale e potenziale, sul

posizionamento rispetto alla concorrenza, sul grado di copertura della rete commerciale». **Nel vostro operato gestite quindi innumerevoli dati sensibili e tra i vostri servizi vi**

**è, appunto, la tutela dei dati personali. Quanta attenzione viene riposta al trattamento di queste informazioni?**

«In Italia, attualmente, riscontro due realtà. Da un lato vi sono molti imprenditori maturi che fortunatamente hanno capito quanto i dati riguardanti la propria committenza rappresentino una delle risorse maggiormente strategiche. In questi casi l'impresa gestita saggiamente adotta tutte le tecnologie possibili e rispetta scrupolosamente le normative di legge per proteggere le banche dati. Al contrario, invece, le aziende più ridotte e marginali tendono ancora a trascurare questo aspetto a meno che non siano obbligate per legge o per impostazione da parte delle associazioni di categoria. Per questo riteniamo importante offrire un servizio di supporto nella ge-

stione degli adempimenti alle normative vigenti in termini di Privacy Compliance, in particolare nella predisposizione del Documento Programmatico sulla Sicurezza dei Dati e della documentazione collegata».

**Quali sono le prospettive per il futuro della sua società?**

«Non siamo una struttura particolarmente articolata, quindi dobbiamo porci necessariamente dei limiti sulle tematiche che scegliamo di affrontare. Puntiamo quindi alla specializzazione su determinate aree di intervento come continuità operativa, disaster recovery, protezione dei dati personali, geomarketing e aspetti inerenti la reingegnerizzazione dei processi aziendali tesi a ridurre i costi di mantenimento. Se andassimo a ricoprire aree più ampie ne risulterebbe danneggiata la nostra capacità di rispondere in modo altamente professionale alle richieste delle imprese».

**Prodest Consulting S.r.l.**  
STRATEGIC & PROFESSIONAL MANAGEMENT

Via Boito, 12  
20052 Monza (MI)  
Tel. 039 23.04.372  
Fax. 039 23.17.317  
prodest@prodest.eu  
www.prodest.eu