



StrategiaPMI porta la consulenza strategica nelle PMI che operano nel mercato B2B

Descrizione

COMUNICATO STAMPA - CONTENUTO PROMOZIONALE

Milano, 7 marzo 2026 - Osservare l'evoluzione del tessuto imprenditoriale italiano significa, oggi più che mai, analizzare un cambio di paradigma nella gestione d'impresa. Se per decenni il saper fare artigianale e industriale è stato il motore unico della crescita, l'attuale scenario economico impone una visione differente, dove la qualità del prodotto non è più, da sola, garanzia di successo commerciale.

La necessità di una cultura strategica, spesso assente o frammentata nelle realtà di minori dimensioni, sta emergendo come un fattore discriminante per la sopravvivenza e lo sviluppo. Non si tratta più soltanto di vendere, ma di comprendere come posizionarsi all'interno di filiere globali sempre più complesse e competitive. L'esigenza di pianificazione, un tempo appannaggio delle grandi multinazionali, è scesa a cascata fino a diventare un imperativo per la PMI italiana, che si trova oggi a dover bilanciare l'eccellenza tecnica con una struttura manageriale adeguata.

È in questo contesto di profonda trasformazione che si inserisce l'operato di StrategiaPMI (sito web:

www.strategiapmi.it

), realtà specializzata che ha scelto di focalizzare la propria attività sulla consulenza strategica dedicata esclusivamente alle Piccole e Medie Imprese operanti nel mercato Business to Business (B2B).

L'attività di StrategiaPMI si concentra sull'affiancamento diretto alle imprese che operano nel mercato B2B, con un approccio che combina analisi strategica e supporto alle decisioni imprenditoriali. Lo studio lavora principalmente con aziende manifatturiere, realtà industriali e fornitori di servizi tecnici che sviluppano il proprio business all'interno di filiere produttive o mercati tra imprese.

Nel lavoro con le PMI, StrategiaPMI interviene in particolare nelle fasi in cui l'azienda deve affrontare scelte che incidono sulla propria evoluzione: la definizione del posizionamento sul mercato, la revisione dell'offerta, lo sviluppo di nuovi segmenti di clientela o la riorganizzazione delle attività commerciali. In questi passaggi la consulenza strategica diventa uno strumento per analizzare con maggiore precisione il contesto competitivo e individuare le direzioni di sviluppo più coerenti con le caratteristiche dell'impresa.

Una parte rilevante dell'attività riguarda il supporto alla strutturazione delle strategie di marketing e vendita nel B2B, ambito in cui le dinamiche di relazione con il cliente, la durata dei processi decisionali e la complessità delle filiere rendono necessaria una pianificazione più articolata rispetto ad altri contesti di mercato. StrategiaPMI lavora quindi insieme all'imprenditore e al management per chiarire obiettivi, priorità e strumenti necessari a sostenere lo sviluppo commerciale.

L'affiancamento si sviluppa attraverso un lavoro di confronto con il team aziendale, con l'obiettivo di trasformare l'esperienza maturata dall'impresa nel proprio settore in un percorso strategico più strutturato. In questo modo StrategiaPMI contribuisce ad accompagnare le PMI nella costruzione di modelli di crescita coerenti con le caratteristiche dei mercati B2B in cui operano.

Alla base del progetto StrategiaPMI vi è il percorso professionale del suo fondatore, Gianluca Celli, che nel corso della propria carriera ha maturato esperienze manageriali in contesti industriali e multinazionali di primo piano. Il suo percorso professionale lo ha portato a ricoprire ruoli all'interno di aziende come Ferrari, Maserati, BMW e Accenture, nelle quali ha potuto confrontarsi con modelli organizzativi e processi decisionali tipici delle grandi imprese internazionali.

Queste esperienze hanno contribuito a definire l'impostazione del lavoro sviluppato oggi con le piccole e medie imprese. StrategiaPMI nasce infatti dall'idea di trasferire nelle realtà imprenditoriali di dimensioni più contenute strumenti di analisi e approcci manageriali che nelle grandi aziende costituiscono da tempo una componente centrale della pianificazione strategica.

Nel contesto delle PMI italiane, spesso caratterizzate da una forte competenza tecnica e produttiva ma da strutture manageriali più leggere, l'applicazione di metodi di analisi strategica può rappresentare un elemento di discontinuità. StrategiaPMI si inserisce in questo spazio con l'obiettivo di rendere accessibili alle imprese modelli di valutazione del mercato, di definizione degli obiettivi e di pianificazione dello sviluppo che derivano dall'esperienza maturata in contesti industriali più strutturati.

Il progetto si fonda quindi sull'incontro tra due dimensioni: da un lato l'esperienza diretta maturata all'interno di grandi organizzazioni internazionali, dall'altro la conoscenza delle dinamiche e delle esigenze specifiche delle piccole e medie imprese che operano nei mercati tra aziende. È proprio da questo dialogo tra modelli manageriali e imprenditorialità diffusa che prende forma l'approccio sviluppato da StrategiaPMI.

Uno degli elementi che caratterizzano l'approccio sviluppato da StrategiaPMI riguarda il modo in cui vengono affrontate le scelte che incidono sulla crescita di un'impresa. Il metodo parte da una constatazione: in molte piccole e medie aziende le decisioni legate al marketing, alle vendite o allo sviluppo commerciale vengono spesso prese in modo progressivo e reattivo, senza essere inserite all'interno di un disegno strategico complessivo.

Il lavoro sviluppato da StrategiaPMI si fonda invece sull'idea che ogni iniziativa commerciale debba essere coerente con alcune scelte di fondo che riguardano l'identità dell'impresa sul mercato. Questioni come il tipo di clienti a cui l'azienda si rivolge, il ruolo che intende occupare all'interno della propria filiera o il valore che la distingue dai concorrenti diventano quindi il punto di partenza per orientare le decisioni successive.

In questa prospettiva, il marketing e la vendita non vengono trattati come attività separate, ma come espressione di una direzione strategica più ampia che definisce il modo in cui l'impresa sceglie di competere. Il metodo StrategiaPMI si sviluppa proprio intorno a questa impostazione: chiarire prima le scelte fondamentali che riguardano il posizionamento dell'azienda, per rendere poi più coerenti tutte le iniziative che riguardano lo sviluppo del business.

Questa impostazione riflette una visione della gestione d'impresa in cui la strategia non rappresenta un esercizio teorico, ma un elemento che orienta concretamente le decisioni quotidiane dell'azienda e il modo in cui essa si presenta sul mercato.

Contatti:

StrategiaPMI Sito web: <http://www.strategiapmi.it/>

Telefono: 351 892 5188

COMUNICATO STAMPA - CONTENUTO PROMOZIONALE

Responsabilità editoriale di StrategiaPMI

-

immediapress

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. ImmediaPress

Data di creazione

Aprile 8, 2026

Autore

redazione

default watermark