Inventare il futuro

Strumenti di sostegno alla Visione Strategica aziendale

© 1994 – 2022 by Adforma
All rights reserved

Perché?

Origini e finalità del **Progetto Vision**

Una considerazione di base

In veste di consulenti, nel corso degli anni non ci è mancata occasione di osservare come anche le Organizzazioni più attente e sensibili si ritrovino spesso a perseguire il proprio *business* con ardore e dedizione, ma a **testa bassa**.

I tempi però, sono sempre troppo stretti e frenetici e può accadere che le persone in possesso delle **leve di governo** concentrino i propri sforzi verso la direzione ritenuta giusta, **senza chiedersi** se essa coincida o meno con quella **ritenuta giusta dagli altri**.

Adforma, consapevole del dispendio di risorse che **la presenza di tanti NORD produce**, ha da tempo messo a punto **Vision** – *Tools for the strategies*, un agile e consolidato pacchetto di consulenza, che offre **strumenti concreti di intervento** per **rifocalizzare il business aziendale** e ripartire verso **un obiettivo unico e condiviso**.

> *"Non c'è vento favorevole per il marinaio che non sa dove andare."*
>
> (Seneca)

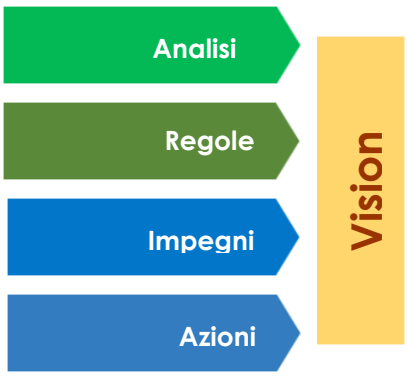
Cosa?

Le fasi del **Progetto Vision**

Un percorso preciso e consolidato

Il percorso di un Progetto Vision è strutturato in quattro fasi:

1. **Analisi**: in cui attraverso alcuni modelli consolidati di rilevazione, l'Organizzazione si interroga sui propri scenari di riferimento.
2. **Regole**: in cui definisce i binari entro i quali le **attività organizzative** e i **comportamenti delle persone** dovranno muoversi.
3. **Impegni**: in cui concretizza il **piano di *commitment*** sotto forma di Impegni/Attese verso gli Stakeholder
4. **Azioni**: in cui individua le **priorità cruciali** e concretizza altrettanti **piani operativi** per affrontarle ed elaborarle.



Come?

Le metodologie utilizzate in un **Progetto Vision**

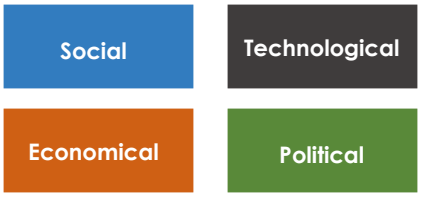
Fase 1: l'analisi di base

L'analisi preliminare degli scenari viene fatta utilizzando strumenti consolidati di approfondimento, con cui i Manager coinvolti, guidati nel percorso dai consulenti Adforma, riflettono sulle **variabili strategiche** mediante la

- **STEP Analysis** che esplora gli ambiti macro *(**S**ociale, **T**ecnologico, **E**conomico e **P**olitico)* in cui l'Organizzazione opera e la
- **SWOT Analysis** che approfondisce gli ambiti micro, punti di **forza** e **debolezza** *(**S**trengths e **W**eaknesses)*, **opportunità** e **minacce** *(**O**pportunities e **T**hreats)*, con cui l'Azienda si confronta.

Ne scaturisce un quadro **dettagliato** e **consapevole**, su cui è possibile definire a seconda degli scenari focalizzati, possibili **strategie/tattiche di attacco** o di **contenimento**, ottimizzando risorse e pianificando investimenti.

SWOT Analysis Matrix



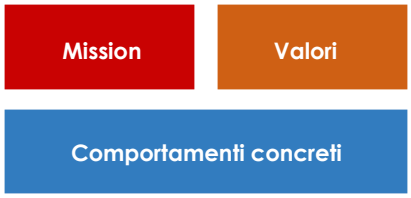
STEP Analysis Matrix

Come?

Le regole che emergono da un **Progetto Vision**

Fase 2: le regole di fondo

Una volta focalizzati scenari e strategie vengono individuate le **linee guida** che dovranno ispirare le **attività** e i **comportamenti futuri**: in tal senso si (ri)definiscono la **Mission** cioè lo **scopo principale** per cui l'Organizzazione esiste e il **Sistema di Valori**, questi ultimi declinati in termini di **comportamenti concreti** e riconoscibili.



Inventare il futuro

Strumenti di sostegno alla Visione Strategica aziendale

© 1994 – 2022 by Adforma
All rights reserved

Come?

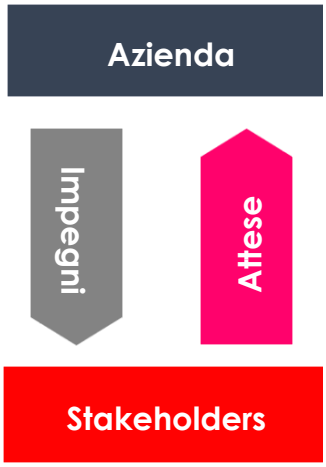
Gli impegni definiti in un **Progetto Vision**

Fase 3: gli impegni con gli Stakeholder

I rapporti con i cosiddetti **Portatori di interessi** *(Stakeholders)*, i soggetti con cui l'Organizzazione si relaziona nel proprio *business* e che tanto ruolo hanno nel suo successo, sono regolati da un complesso **sistema di regole non esplicitate**, se non attraverso il freddo linguaggio giuridico.

La terza fase del Progetto Vision consiste nel focalizzare i principali Stakeholder *(Collaboratori, Fornitori, Clienti ecc.)* e definire con ognuno di essi un **profilo di impegni** e **attese** che consenta di **delineare con precisione lo Stile** con cui si vorrebbe declinato il rapporto: una sorta di *gentlemen's agreement* con cui mettere in chiaro e formalizzare le principali regole di interazione.

Regole di fondo *(Mission e Valori)* e **profilo impegni/attese** costituiscono la **Corporate Identity**; una volta formalizzata, deve essere data a essa **massima diffusione**, affinché chiunque faccia parte o si relazioni con l'Organizzazione ne conosca il *commitment* e sotteso da essa e si ponga nella condizione migliore per rispettarlo.



Quali?

Le priorità affrontate in un **Progetto Vision**

Fase 4 - Il piano operativo

A questo punto è **chiara la direzione**, sono state individuate le possibili **asperità sul percorso,** il *Management* si è compattato su un'**Identità condivisa** e si è impegnato in prima persona ad esserne il **fautore più autorevole**: è ora di passare all'azione.

La quarta fase del Progetto Vision prevede l'individuazione di **tre priorità** su cui l'Organizzazione si impegnerà nei successivi 100 giorni; per ognuna di esse viene creato, con il supporto della Consulenza, un piano operativo schedulato che consenta:

- **nel merito** di affrontare concretamente **tre temi cruciali** per l'Organizzazione, dando ad essi risposte concrete;
- **nel metodo**: sviluppare confidenza con il nuovo sistema di regole e sperimentare le nuove prassi focalizzate, consolidando la sedimentazione di esse nell'organizzazione.

Quando?

I tempi di erogazione di un **Progetto Vision**

Un processo efficiente e rapido

La fase preliminare di un Progetto Vision richiede in tutto

- **due giornate di seminario (residenziale)** in cui due consulenti con una metodologia **consolidata**, **pragmatica** e **stringente**, governano il percorso, facilitando il *Top Management* nelle riflessioni strategiche, ma **senza interferire** nei contenuti, se non quando si rende strettamente necessario un punto di vista alternativo;
- **due giornate** (stimate) in cui la Consulenza **elabora** gli *output* del seminario realizzando il **documento di Visioning** che **sintetizza le riflessioni dei Manager**, fornendo allo stesso tempo alcune chiavi interpretative;
- **una giornata di *follow up*** in cui il materiale prodotto fungerà da base di confronto per il *fine tuning* dell'**identità aziendale**, le **tarature definitive** del piano strategico e dei **piani operativi** sulle **priorità** individuate e si decideranno gli eventuali ulteriori interventi consulenziali ritenuti necessari.

NOTA: è buona prassi **verificare periodicamente** gli sviluppi *(con una cadenza di 12-18 mesi a seconda del livello di turbolenza del settore di appartenenza)* affinché la rotta delineata in anno zero, sia sempre monitorata e attualizzata.

L'implementazione del progetto nell'Organizzazione

A chiusura del progetto l'Organizzazione può richiedere alla Consulenza di affiancarla nella **presentazione** della nuova **Corporate Identity** ai Collaboratori e nel sostegno all'**attuazione** dei **piani operativi individuati**.

Scopri di più sul **Progetto Vision**