

Creazione di un piano strategico

Un piano strategico è un documento che stabilisce la direzione di un'organizzazione. Non importa quanto grande o complesso sia il business, un piano strategico aiuta il manager (e il team) a fare un passo indietro e a valutare dove si trovano, dove vogliono arrivare e come possono farlo. Senza un piano, il lavoro viene comunque svolto giorno per giorno, ma spesso manca di senso di scopo e priorità.



by inma cuesta



Statement della visione

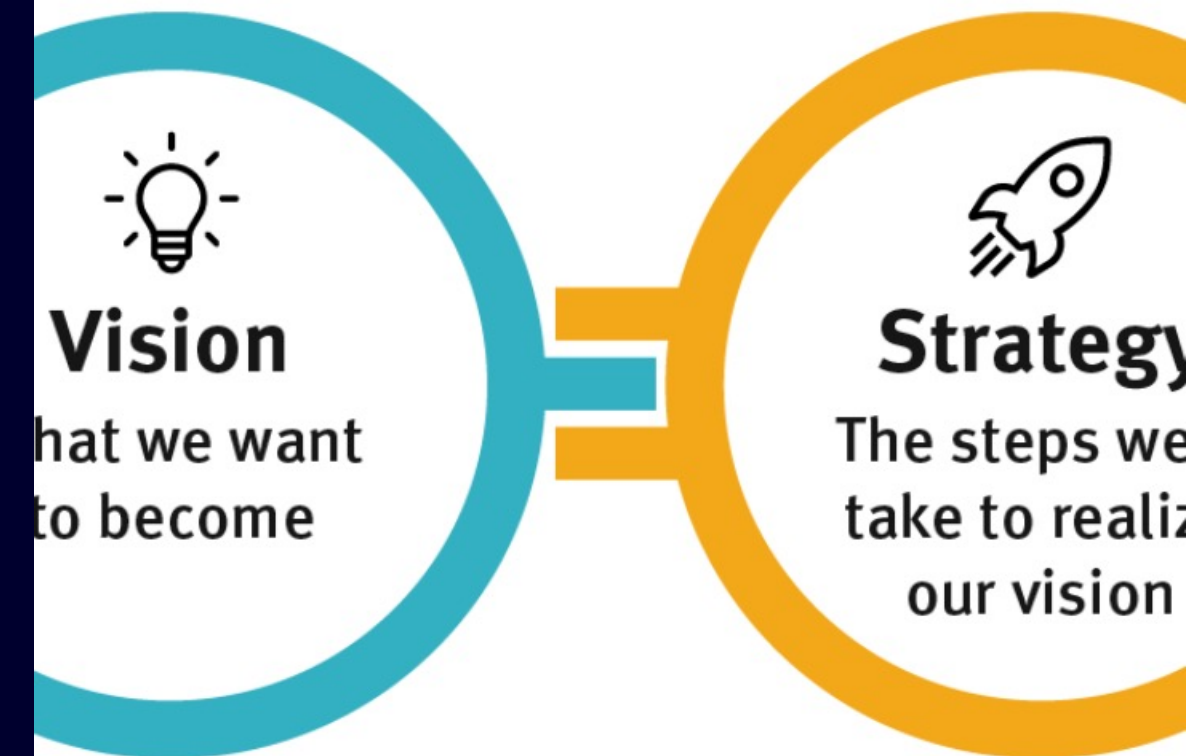
La visione descrive il modo in cui immagini la tua attività. Questo documento dovrebbe comunicare tale sogno ai tuoi dipendenti e clienti in modo ispirazionale. Assicurati di controllare costantemente che la tua visione sia ancora allineata alla tua azienda.



Statement della missione

Mentre la visione descrive come vedi il tuo business ai tuoi clienti e stakeholder, la missione descrive quello che fai attualmente, per chi e come. Concentrandoti sulla tua missione ogni giorno, dovresti essere in grado di raggiungere la tua visione. Una missione potrebbe arricchire le tue scelte e/o restringerle.

Mission and Vision *Putting the Pieces Together*



Valori fondamentali

I valori fondamentali descrivono le tue credenze e comportamenti. Sono le credenze che ti permetteranno di raggiungere la tua visione e missione.

Integrità

Tenere sempre fede ai propri principi e ai propri valori, trasparenza.

Sostenibilità

Rispettare l'ambiente e l'ecosistema in cui agiamo.

Innovazione

Cercare soluzioni sempre nuove, sperimentazione.

Rispetto

Rispettare la diversità individuale, rispetto delle culture e delle risorse umane.

Analisi SWOT

SWOT è un acronimo che sta per forze, debolezze, opportunità e minacce. Un'analisi SWOT fornisce alle aziende un'indagine situazionale della loro posizione sul mercato. Ti consente di individuare e nominare gli aspetti, gli avvenimenti e gli avversari importanti della tua attività.

1

Punteggiatura forze e debolezze

Individua i tuoi punti di forza e gli aspetti da potenziare della tua azienda

2

Cercare opportunità di business

Trova le opportunità che il mercato offre e sfruttale

3

Misurare le minacce per la tua attività

Valuta le minacce che il mercato potrebbe presentare e individua le soluzioni per affrontarle

TYPES

Goals for things
sales targets or
date.

bit longer term,
aching a specific
customer satisfaction

ned at something that
achieve. They could
renovating an



Obiettivi a lungo termine

Gli obiettivi a lungo termine descrivono il modo in cui hai intenzione di realizzare la tua visione e la missione. Questo insieme di obiettivi inizia di solito tra tre e cinque anni nel futuro, allineandosi direttamente con gli statement della VISION e della MISSION.

1

Incrementare la clientela

Raggiungere un numero maggiore di clienti attraverso una maggiore visibilità e investimento sulla fidelizzazione del cliente.

2

Aumento del fatturato

Incrementare il fatturato dell'azienda attraverso la vendita di nuovi prodotti/servizi e la diversificazione della gamma di prodotti/servizi offerta ai clienti.

3

Riduzione dei costi operativi

Ridurre i costi operativi dell'azienda attraverso processi di lean management mirati all'ottimizzazione dei processi interni.

Obiettivi annuali

Ogni obiettivo a lungo termine dovrebbe avere alcuni obiettivi annui che facciano avanzare i tuoi obiettivi. Ogni obiettivo dovrebbe essere il più SMART possibile: Specifico, Misurabile, Realizzabile, Realistico e Temporizzato. Dopo aver stabilito gli obiettivi annui, potresti suddividerli ulteriormente in obiettivi a breve termine, definiti azioni e obiettivi per i prossimi tre mesi per raggiungere gli obiettivi di un anno. I piani per raggiungere gli obiettivi a breve termine sono i tuoi piani d'azione.

Obiettivi strategici

1. Incrementare la redditività dell'azienda
2. Aumentare la produzione produttività dell'azienda
3. Ridurre i tempi di ciclo dei processi produttivi

Obiettivi organizzativi

1. Minimizzare i costi operativi della struttura interna dell'azienda
2. Aumentare la soddisfazione dei dipendenti a tutti i livelli
3. Migliorare la qualità del servizio clienti

Obiettivi finanziari

1. Incrementare il fatturato dell'azienda, riducendo al contempo i costi operativi
2. Ridurre i debiti dell'azienda e aumentare la liquidità
3. Migliorare l'efficienza della gestione del credito e del debito

Piani d'azione

Ogni obiettivo dovrebbe avere un piano che descriva come verrà raggiunto. La quantità di dettagli dipende dal grado di flessibilità che vuoi concedere ai tuoi manager e al team. Più dettagli forniti, meno flessibilità esiste per coloro che seguono il piano.



Conclusion

"Una visione senza un piano è solo un sogno. Un piano senza una visione è solo faticoso. Ma una visione con un piano può cambiare il mondo."

*Foreword by
John Hattie*