STRATEGY

TOOLS

LE DOMANDE FONDAMENTALI DELL'IMPRENDITORE



Imprenditore SMART next to you

PRIMA DOMANDA: QUAL È LA NOSTRA MISSIONE? 1
qual è la nostra mission attuale? 2
la nostra mission deve essere rivisitata? 3
quali sono i trend emergenti che avranno il maggiore impatto? 4
quali sono le nostre opportunità? 8

SECONDA DOMANDA: CHI SONO I NOSTRI CLIENTI? 9
chi sono i nostri clienti principali e quelli che aiutano il nostro business? 10
come cambieranno i nostri clienti? 11
stiamo servendo i clienti giusti? 13

TERZA DOMANDA: COS'È IL VALORE PER IL NOSTRO CLIENTE? 15
cos'è il valore per il nostro cliente? 16

QUARTA DOMANDA: QUALI SONO I NOSTRI RISULTATI? 23
come definiamo i risultati? 24
come misuriamo i risultati? 25
come possiamo migliorare le nostre prestazioni? 26

QUINTA DOMANDA: QUAL È IL NOSTRO PIANO? 29
qual è la nostra mission? 30
quali sono i nostri obiettivi? 31
qual è il nostro piano aziendale per ottenere risultati? 32
come comunicheremo la nostra mission, il nostro piano e i nostri risultati? 34

Prima domanda

QUAL È LA NOSTRA MISSIONE?

Worksheet 1.1:

QUAL È LA NOSTRA MISSION ATTUALE?

a. Scrivi la dichiarazione di Mission della nostra azienda

b. Perché la nostra azienda esiste?
Descrivi perché l'azienda fa quello che fa oggi.

c. Alla fine, per cosa vorresti essere ricordato?

Worksheet 1.2:

LA NOSTRA MISSION DEVE ESSERE RIVISITATA?

a. Valuta l'attuale mission aziendale utilizzando i seguenti criteri e poi decidi se deve essere rivisitata			
La Mission:	Sì	In una certa misura	Affatto
È breve e focalizzata: potrebbe stare su una T-shirt	☐	☐	☐
È chiara e facilmente comprensibile	☐	☐	☐
Definisce lo scopo, la nostra ragione d'essere, il perché lo facciamo e come lo facciamo	☐	☐	☐
Non specifica mezzi e strumenti	☐	☐	☐
È sufficientemente ampia	☐	☐	☐
Ispira il nostro impegno	☐	☐	☐
Descrive quello per cui noi vogliamo essere ricordati	☐	☐	☐
b. Credi che la tua Mission debba essere rivista?	Sì ☐		No ☐
In caso affermativo, quali modifiche dovremmo considerare?			

Worksheet 1.3:

QUALI SONO I TREND EMERGENTI CHE AVRANNO IL MAGGIORE IMPATTO?

a. Identifica i trend emergenti che avranno un impatto sulla nostra azienda

Descrivi il trend e prendi nota delle fonti che hai utilizzato per identificarlo (monitoraggio competitor, fornitori, dati di settore o ambientali, dati interni, esperienza e approfondimento).
Indica se i trend influenzeranno l'azienda nel breve o lungo periodo od entrambi.

Descrizione Trend	Fonte
Cambiamenti politici? ☐ Breve periodo ☐ Lungo periodo	
Cambiamenti della società? ☐ Breve periodo ☐ Lungo periodo	
Tendenze socio-culturali? ☐ Breve periodo ☐ Lungo periodo	

Descrizione Trend	Fonte
Trend economici e cambiamenti dei contesti finanziari? ☐ Breve periodo ☐ Lungo periodo	
Politica, legislazione e regolamentazione? ☐ Breve periodo ☐ Lungo periodo	
Media e comunicazione? ☐ Breve periodo ☐ Lungo periodo	

Descrizione Trend	Fonte
Nuovi modelli, metodi e tecnologie? ☐ Breve periodo ☐ Lungo periodo	
Nuovi competitor e ambienti competitivi? ☐ Breve periodo ☐ Lungo periodo	
Altro? ☐ Breve periodo ☐ Lungo periodo	

b. Quali sono i tre/cinque trend che avranno il maggiore impatto sulla nostra azienda?

1

2

3

4

5

Worksheet 1.4:

QUALI SONO LE NOSTRE OPPORTUNITÀ?

a. Fai riferimento al worksheet 1.3 e ad altri dati (analisi ambientale, dati interni, esperienza e insight) per identificare le opportunità per l'azienda. Indica se sono realizzabili a breve termine o a lungo termine.	
1. Quali opportunità ha l'organizzazione per risolvere problemi e situazioni critiche	
	☐ Breve periodo ☐ Lungo periodo
2. Quali opportunità ha l'organizzazione per colmare gap nei suoi prodotti e servizi?	
	☐ Breve periodo ☐ Lungo periodo
Quali opportunità ha l'organizzazione per incontrare l'interesse di potenziali partner o finanziatori?	
	☐ Breve periodo ☐ Lungo periodo
Altre opportunità	
	☐ Breve periodo ☐ Lungo periodo
Quali opportunità sono le più promettenti per l'azienda? Perché?	
	☐ Breve periodo ☐ Lungo periodo

Seconda domanda

CHI SONO I NOSTRI CLIENTI?

Worksheet 2.1:

CHI SONO I NOSTRI CLIENTI PRINCIPALI E QUELLI CHE AIUTANO IL NOSTRO BUSINESS?

a. Chi è il nostro cliente principale?
Il cliente principale per la nostra azienda è una persona/un soggetto la cui attività è cambiata significativamente attraverso l'utilizzo dei nostri prodotti o servizi

b. Chi sono i clienti che supportano veramente il nostro business (i c.d. Clienti sostenitori)?
All'interno dei nostri clienti principali dobbiamo identificare quei clienti particolarmente soddisfatti del nostro prodotto/servizio che supportano anche indirettamente la nostra azienda.

Worksheet 2.2:

COME CAMBIERANNO I NOSTRI CLIENTI?

Pensa a come cambieranno i nostri clienti in base alle caratteristiche seguenti. Indica, se il cliente cambierà e descrivi quale sarà il cambiamento che prevedi.

a. Come cambierà il nostro cliente principale nei prossimi tre o cinque anni?

Numero clienti (maggiore o minore)**:** ☐ Sì ☐ No

Dati demografici (età, etnie, e così via)**:** ☐ Sì ☐ No

Bisogni, desideri e aspirazione: ☐ Sì ☐ No

Altro ☐ Sì ☐ No

b. Cosa implica, per la nostra azienda, questo tipo di cambiamento?

c. Come cambieranno i nostri "clienti sostenitori" nei prossimi tre a cinque anni?
Per ogni cliente identificato nel worksheet 2.1, descrivi i cambiamenti previsti.

Supporto al cliente

Numero clienti (maggiore o minore)**:** ☐ Sì ☐ No

Dati demografici (età, etnie, e così via)**:** ☐ Sì ☐ No

Bisogni, desideri e aspirazione: ☐ Sì ☐ No

Altro ☐ Sì ☐ No

d. Quali sono le implicazioni di questi cambiamenti per la nostra azienda?

Worksheet 2.3:

STIAMO SERVENDO I CLIENTI GIUSTI?

a. Ci sono potenziali nuovi clienti che dobbiamo soddisfare per portare avanti la nostra mission? ☐ Sì ☐ No

b. Se sì, chi sono? Perché dovremmo iniziare a servirli?

c. Ci sono clienti attuali che dovremmo smettere di servire perché:

- **abbiamo già soddisfatto il loro bisogno** ☐ Sì ☐ No
- **questi clienti possono essere serviti meglio altrove** ☐ Sì ☐ No
- **non stiamo producendo risultati** ☐ Sì ☐ No

d. Se sì, chi sono? Perché dovremmo smettere di servirli?

Terza domanda

COS'È IL VALORE PER IL NOSTRO CLIENTE?

Worksheet 3.1:

COS'È IL VALORE PER IL NOSTRO CLIENTE?

Questo foglio di lavoro si concentra sui dati esistenti che l'azienda utilizza per capire cosa apprezza il cliente. I fogli di lavoro 3.2 e 3.3 si concentrano sui dati che l'organizzazione deve raccogliere e su come raccoglierli.

a. Descrivi che cosa ha valore per i nostri clienti principali (ciò che soddisfa le loro esigenze, i loro desideri e le loro aspirazioni). Indica l'origine dei dati per ogni punto elencato: analisi ambientale, ricerca del cliente, esperienza e approfondimento.

Che cosa apprezza il nostro cliente?	Note: origine dei dati
Cliente principale:	

b. Descrivi cosa apprezzano i nostri clienti sostenitori. Indica le fonti dei dati: analisi ambientale, ricerca dei clienti, esperienza e approfondimento.

Che cosa apprezza il cliente?	Note: origine dei dati
Cliente sostenitore:	
Cliente sostenitore:	

c. Descrivi ciò che ogni potenziale nuovo cliente apprezza. Indica le fonti dei dati.

Che cosa apprezza il cliente?	Note: origine dei dati
Potenziale nuovo cliente:	
Potenziale nuovo cliente:	

d. L'ascolto del cliente è indispensabile. La comprensione dei clienti può essere confermata o completamente modificata ascoltandoli direttamente. Immagina che l'azienda abbia l'opportunità di porre qualsiasi domanda ai propri clienti. Quale conoscenza sarebbe utile per capire cosa apprezza il cliente?

Cliente	Conoscenze di cui abbiamo bisogno
Cliente principale:	

Cliente	Conoscenze di cui abbiamo bisogno
Cliente sostenitore: 1.	
2.	
3.	
4.	
Altro	

Cliente	Conoscenze di cui abbiamo bisogno
Potenziali nuovi clienti: 1.	
2.	
3.	

e. Usa il foglio di lavoro 3.2 e identifica i modi migliori per raccogliere le conoscenze di cui l'azienda ha bisogno per capire cosa apprezzano i suoi clienti. I metodi possono includere sondaggi sui clienti, focus group, interviste e strumenti di feedback.

Conoscenza di cui abbiamo bisogno	Metodi per la raccolta dati
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

Quarta domanda

QUALI SONO I NOSTRI RISULTATI?

Worksheet 4.1:

COME DEFINIAMO I RISULTATI?

I risultati vengono misurati al di fuori dell'organizzazione sotto forma di cambiamenti della vita.
Dopo aver esplorato le prime tre domande su mission, cliente e valore, come definiamo i risultati che vogliamo raggiungere?

Risultato

Risultato

Risultato

Risultato

Worksheet 4.2:

COME MISURIAMO I RISULTATI?

Come misuriamo i nostri progressi e il raggiungimento dei risultati per ogni punto individuato nel worksheet precedente?

	Misurazione quantitativa	Misurazione qualitativa
Risultato		
Risultato		
Risultato		
Risultato		

Worksheet 4.3:

COME POSSIAMO MIGLIORARE LE NOSTRE PRESTAZIONI?

a. Dove concentriamo i nostri sforzi? Elenca ogni progetto aziendale e identifica se è forte e se può produrre risultati migliori; se è debole e deve essere abbandonato.
Spiega il perchè.

Progetti

1

- ☐ Area forte/Crescere
- ☐ Area debole/Migliorare
- ☐ Abbandonare

2

- ☐ Area forte/Crescere
- ☐ Area debole/Migliorare
- ☐ Abbandonare

3

- ☐ Area forte/Crescere
- ☐ Area debole/Migliorare
- ☐ Abbandonare

4

- ☐ Area forte/Crescere
- ☐ Area debole/Migliorare
- ☐ Abbandonare

5

- ☐ Area forte/Crescere
- ☐ Area debole/Migliorare
- ☐ Abbandonare

b. L'innovazione è "il cambiamento che crea una nuova dimensione di performance". Abbiamo nuove opportunità per innovare? Se sì, quali sono?

c. In che misura i sistemi di gestione interni supportano i nostri progetti per il miglioramento e l'innovazione? Identifica cosa è forte, cosa è debole e cosa deve essere analizzato.

Sistemi di gestione interni		**Analisi** (descrivere)
Gestione Risorse Umane	☐ Forza ☐ Debolezza	
Finanza/Budget	☐ Forza ☐ Debolezza	
Sviluppo/Approvvigionamento	☐ Forza ☐ Debolezza	
Marketing/Comunicazione Pubbliche relazioni	☐ Forza ☐ Debolezza	
Qualità	☐ Forza ☐ Debolezza	
Sviluppo del board	☐ Forza ☐ Debolezza	
Information Technology	☐ Forza ☐ Debolezza	

Quinta domanda

QUAL È IL NOSTRO PIANO?

Worksheet 5.1:

QUAL È LA NOSTRA MISSION?

La Vision è la fotografia del futuro desiderato dall'azienda. Qual è la Vision dell'azienda?

La Mission risponde alla domanda: "qual è la nostra ragione di esistere?"
La Mission deve essere rivisitata? (Fare riferimento al worksheet 1.2.)

- ☐ Sì
- ☐ No

Qual è la nostra mission?

Worksheet 5.2:

QUALI SONO I NOSTRI OBIETTIVI?

Gli obiettivi sono un insieme di tre o cinque intenzioni che determinano la direzione principale dell'impresa a lungo termine. Quali sono i nostri obiettivi?

Obiettivi

1

2

3

4

5

Worksheet 5.3:

QUAL È IL NOSTRO PIANO AZIENDALE PER OTTENERE RISULTATI?

La Mission e gli Obiettivi vengono approvati dal consiglio di amministrazione prima dello sviluppo del piano. Questo foglio di lavoro funge da modello per aiutare l'organizzazione aziendale a preparare il piano.

Obiettivi	**Azioni** (misurabili)	**Fasi delle azioni** (misurabili)	**Impatto sul budget** misurabile)	**Data obiettivo** (completamento)	**Responsabile** (risorse umane dedicate)
1					
2					
3					

Obiettivi	**Azioni** (misurabili)	**Fasi delle azioni** (misurabili)	**Impatto del budget** (misurabile)	**Data obiettivo** (completamento)	**Responsabile** (risorse umane dedicate)
4					
5					

Worksheet 5.4:

COME COMUNICHEREMO LA NOSTRA MISSION, IL NOSTRO PIANO E I NOSTRI RISULTATI?

Come comunicheremo la nostra Mission, il nostro Piano e i nostri Risultati ai nostri principali clienti e a quelli che ci supportano?

Imprenditore SMART

next to you

imprenditoresmart.it