

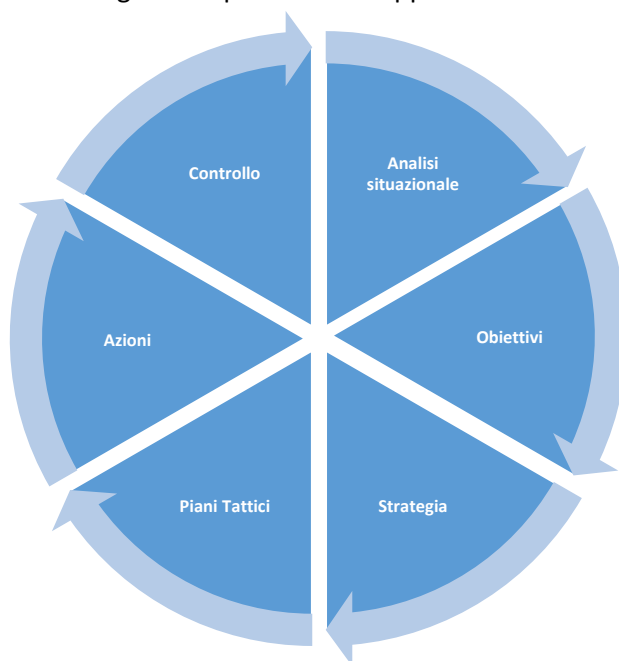
STRATEGIA ORGANIZZATIVA 1

COMPRESIONE DEL PROCESSO DI PIANIFICAZIONE STRATEGICA

Ogni organizzazione, indipendentemente dalla sua dimensione o dal settore in cui opera, deve avere una strategia ben definita, basata su chiare evidenze. Avere una strategia consentirà a un'organizzazione di comprendere chiaramente ciò che vuole realizzare e le azioni che deve intraprendere per concretizzare le proprie aspirazioni. Una strategia fornisce una tabella di marcia per l'organizzazione da utilizzare per informare riguardo il processo decisionale futuro, guidare le attività a livello aziendale e dipartimentale e allocare le risorse. Si tratta di un piano dettagliato e a lungo termine che garantisce a un'organizzazione di concentrarsi sui suoi obiettivi e raggiungerli in modo sufficientemente organizzato.

COME SI SVILUPPA UNA STRATEGIA?

Quando si sviluppa una strategia, è necessario seguire un processo di pianificazione. Ciò garantirà che il vostro sistema sia in grado di migliorare le prestazioni e di garantire la sopravvivenza a lungo termine dell'organizzazione. Di seguito è riportata una rappresentazione del processo:



Processo di pianificazione strategica – Adattato da PR Smith, 1998

Ogni segmento del ciclo rappresenta una fase distinta del processo di pianificazione. Le tappe devono essere completate in sequenza e rivisitate regolarmente per tutta la durata della strategia. La strategia copre un periodo di tempo specifico: in genere da tre a cinque anni, anche se può servire più tempo.



Cofinanziato dal
programma Erasmus+
dell'Unione europea

Cofinanziato dal Programma Erasmus + dell'Unione Europea.

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. Questa pubblicazione riflette solo le opinioni dell'autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute. Project No: 2017-1-UK01-KA202-036682

COSA DEVO FARE IN OGNI FASE?

FASE UNO: ANALISI SITUAZIONALE – DOVE SIAMO ORA?

Prima di poter pianificare il futuro, è necessario comprendere l'ambiente in cui opera attualmente l'organizzazione e le capacità a cui l'organizzazione ha risposto. Questo per garantire che le vostre strategie future siano adatte e fattibili.

In questa fase del processo di pianificazione, è necessario porsi la domanda: **Dove siamo ora?** Per rispondere a questo, è necessario:

- **Analizzare l'ambiente operativo.** I dati possono essere raccolti utilizzando **un'analisi PESTLE**.
- **Considerare le azioni dei tuoi concorrenti** per capire quanto aggressivamente operano sul mercato e quanto sono propensi a rispondere alle azioni future della tua organizzazione. Rivedi i tuoi:
 - **Concorrenti diretti:** Business che offrono gli stessi prodotti e servizi della tua organizzazione
 - **Concorrenti indiretti:** Organizzazioni che offrono prodotti e servizi diversi, ma che soddisfano motivi di acquisto simili. Per esempio, un ristorante e un take-away offrono servizi diversi, ma entrambi mirano a ridurre la fame
 - **Concorrenti di sostituzione:** Rivali che offrono prodotti e servizi diversi che potrebbero fornire un'alternativa ai vostri prodotti.
- **Valuta le tue capacità**
- Una volta completata l'analisi, è necessario riassumere i risultati utilizzando **un'analisi SWOT** per classificare i punti di forza, le debolezze, le opportunità e le minacce.

FASE DUE: OBIETTIVI – DOVE VUOI ESSERE?

Utilizzando l'analisi SWOT per guidare il processo decisionale, è necessario sviluppare i vostri obiettivi strategici (le dichiarazioni dettagliate dei risultati che si volevano raggiungere). I vostri obiettivi devono rispondere alla domanda: **"Dove vogliamo essere"**? E dovrebbero essere:

- **Specifici:** Evitare ampie dichiarazioni di intenti e concentrarsi sui dettagli di ciò che si desidera ottenere. I tuoi obiettivi devono essere chiari e fornire informazioni sufficienti in modo che tutti i membri della tua organizzazione comprendano cosa deve essere raggiunto.
- **Misurabili:** I tuoi obiettivi devono avere un elemento quantificabile che può essere utilizzato per creare metriche di monitoraggio e controllare le prestazioni. Hanno bisogno di dettagliare come si presenta il successo.
- **Raggiungibili:** Sebbene gli obiettivi possano essere impegnativi, non dovrebbero essere impossibili da raggiungere. Essi dovrebbero basarsi sulle capacità che la vostra organizzazione ha, o che verosimilmente dovrebbe avere, entro il periodo coperto dalla strategia.
- **Rilevanti:** gli obiettivi devono essere applicabili all'ambiente in cui opera l'organizzazione e alle capacità di cui dispone.
- **Entro un limite di tempo:** ogni obiettivo deve avere una scadenza entro la quale deve essere raggiunto.

