

Risorse di pianificazione

Esiste un sistema di definizione degli obiettivi su base annua?

Uno degli aspetti più importanti all'interno di un'azienda, attiene alla **formulazione di obiettivi annuali**. Tramite questa attività di pianificazione periodica, è possibile controllare costantemente l'indirizzo strategico del proprio business. **Avere degli obiettivi è fondamentale** tanto quanto avere una rotta per navigare in mare aperto. Infatti, l'attuazione di una strategia, in cui non è specificato fin da subito il risultato che si intende ottenere, non aiuterà nella direzione del lavoro all'interno dell'organizzazione; la strategia, senza una meta predefinita, è destinata a fallire.

Risulta, quindi, necessaria la **definizione di uno o più obiettivi**, che devono essere **condivisi** da tutti coloro che lavorano nell'azienda. In generale, questi possono riguardare il raggiungimento di un certo livello di fatturato o di vendita, l'acquisizione di nuovi clienti o il rinnovamento dei prodotti/servizi offerti.

L'imprenditore verifica periodicamente il raggiungimento degli obiettivi?

Durante l'anno, l'imprenditore ha il compito di **monitorare l'andamento del lavoro** in relazione all'obiettivo finale, per capire in che modo si sta procedendo verso il suo raggiungimento. Il controllo periodico da parte del capo, se svolto correttamente, è anche un elemento incentivante per i lavoratori, che vedono aumentare l'importanza del proprio contributo nell'ottenimento di un buon risultato.

Ipotizziamo che l'obiettivo annuale sia l'aumento del fatturato da 100 a 150; per verificarlo sarà necessario analizzare periodicamente l'andamento del fatturato, così capendo se la strategia posta in essere sia stata profittevole, oppure no.

L'imprenditore intraprende di solito azioni correttive?

Riconoscere i propri errori è fondamentale per raggiungere un qualsiasi obiettivo. Spesso, è più conveniente tornare indietro sui propri passi, cambiare approccio al problema e costruire **una**

nuova strategia, piuttosto che continuare a perseverare su scelte che, a lungo andare, risulterebbero inevitabilmente dannose per l'azienda.

Dunque, una volta caduti in errore, è necessario attuare azioni correttive, cioè tutti quei comportamenti in itinere volti all'eliminazione del problema e al **reindirizzamento del lavoro di tutti i componenti dell'azienda**.

L'azienda dispone di un piano di comunicazione, promozione e marketing?

L'approccio tipico di molte piccole-medie imprese è quello di decidere **di volta in volta** le attività da svolgere. Tuttavia, questo comporta un **mancato collegamento tra tutti gli investimenti** e le strategie che vengono attuate, generando disordine nella gestione dell'azienda e spreco di risorse.

Disporre di un piano di comunicazione, promozione e marketing è necessario per tenere sotto controllo l'efficacia dei nostri investimenti. Grazie alla pianificazione, e tramite la comunicazione delle diverse esigenze interne ed esterne all'azienda, è possibile **indirizzare le risorse verso il loro migliore uso**.

L'azienda dispone di un piano visite/contatto per l'acquisizione di nuovi clienti?

La capacità di un'impresa di aumentare i propri clienti è uno dei fattori che più determina il suo successo. Tuttavia, spesso l'acquisizione di nuovi clienti risulta essere **un processo molto difficile**. Pianificare quest'attività è, quindi, necessario per le imprese che intendono crescere.

Un utile strumento, in questa fase operativa, è la definizione di un piano visite/contatti, che permette una **profilazione accurata di tutti i soggetti** con cui entra in contatto l'azienda (si può parlare quindi di mercato potenziale). Quanto più efficientemente verrà gestito questo piano, tanto maggiori saranno i benefici dell'attività di acquisizione della clientela.

L'imprenditore dedica tempo alla pianificazione?

“Se non sapete dove state andando, probabilmente finirete da qualche altra parte”

[Laurence Peter]

Nella realtà, molte PMI non dedicano il giusto tempo alla pianificazione aziendale. Se questa fase viene a mancare, sicuramente l'impresa non riuscirà a raggiungere i risultati che aveva previsto.

Pianificazione vuol dire mutare l'approccio dell'imprenditore alla gestione del lavoro, fissando in primis gli **obiettivi aziendali** (che risultino effettivamente perseguibili), stabilendo le **linee guida** e le **strategie** da mettere in atto. Inoltre, come analizzato precedentemente, nel momento in cui si verifica un problema nel raggiungimento della meta, l'imprenditore dovrà essere in grado di proporre azioni correttive, non tanto riguardo agli obiettivi, quanto alle strategie da perseguire.