Manuale
Videocorso

METODO MONDO MECCATRONICO

LEADERSHIP:

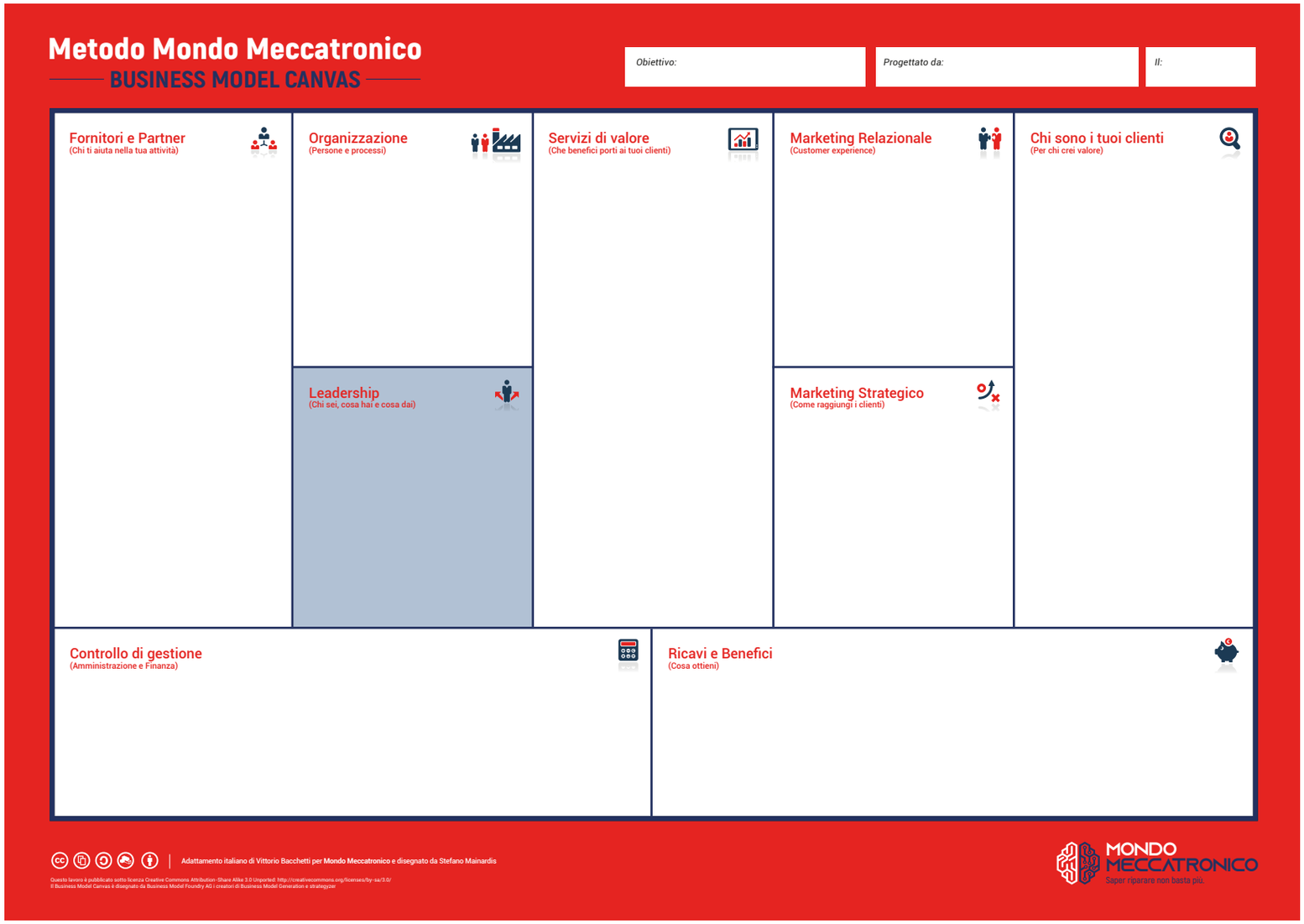
Brand di successo, costruiamo insieme la tua Visione, Missione e Valori aziendali.

LEADERSHIP

La **LEADERSHIP** è uno dei nove blocchi che compongono il METODO MONDO MECCATRONICO, ed è l'elemento che permette poi di sviluppare tutti gli altri.

Sì, perché la Leadership è dove il titolare o i titolari dell'azienda di autoriparazione sono chiamati a definire il proprio ruolo, le proprie funzioni e le proprie competenze all'interno dell'azienda, anche in relazione ai propri collaboratori.

Domande di analisi: Perché fai quello che fai?; Che cosa so fare; Competenze relazionali; La delega; Obiettivi; Visione Missione e Valori



I nove (9) blocchi o elementi che compongono il Metodo Mondo Meccatronico

Copyright Vittorio Bacchetti

Perché fai quello che fai?

LEADERSHIP

Prima di tutto valuta la tua consapevolezza, valuta le motivazioni che ti spingono a fare quello che fai a livello professionale.

Perché fai quello che fai?

Scrivilo nelle note qui sotto



Note

Perché fai quello che fai ?

LEADERSHIP

Che cosa so fare

LEADERSHIP

La mia funzione in officina- Cosa devo fare: competenze richieste dal ruolo - Cosa devo imparare o migliorare - Le mie responsabilità

Scrivilo nelle note qui sotto



Note

Che cosa so fare

LEADERSHIP

Competenze relazionali

LEADERSHIP

Descrivi i rapporti con i collaboratori: disponibilità e condivisione.

Descrivi la gestione e la relazione con il cliente.

Le aree di miglioramento.

Scrivilo nelle note qui sotto



Note

Copyright Vittorio Bacchetti

Competenze relazionali

LEADERSHIP

La delega

LEADERSHIP

Che cosa non devo fare e a chi posso delegare.

Scrivilo nelle note qui sotto



Note

Copyright Vittorio Bacchetti

La delega

LEADERSHIP

Obiettivi

LEADERSHIP

Quali sono i risultati concreti e misurabili che vuoi ottenere a livello personale e professionale.



Scrivilo nelle note qui sotto

Note

Obiettivi

LEADERSHIP

OBIETTIVI A BREVE TERMINE	OBIETTIVI A MEDIO TERMINE	OBIETTIVI A LUNGO TERMINE

Copyright Vittorio Bacchetti

Visione

DEFINIZIONE

Il termine **"VISIONE"** non è un concetto astratto, ma molto concreto: è proprio grazie alla "visione" di tanti imprenditori se oggi il mondo offre innovazione, tecnologia e nuovi prodotti sempre più avanzati. Che cosa sognano questi imprenditori per il loro futuro, per i prodotti che commercializzano, per i mercati che servono e per i consumatori che rappresentano il target al quale guardano? **Soprattutto, cosa fanno per far sì che i loro sogni si trasformino in realtà? E tu cosa sogni per la tua azienda?**



Note

Visione

SCRIVI LA TUA VISIONE

- **Qual è lo scopo del Brand**
- **Deve riguardare ciò che l'organizzazione vuole essere in termini di obiettivi.**
- **Deve essere intuitivamente semplice e comprensibile.**
- **Deve essere facilmente veicolabile;**
- **Deve essere lapidaria, ovvero breve per poter essere ricordata facilmente;**
- **Deve risultare, nei fatti, impegnativa e difficile;**
- **Deve essere fonte di ispirazione e motivazione per tutti;**
- **Deve creare energia ed entusiasmo;**
- **Deve infondere fiducia e autodeterminazione.**



Note

Copyright Vittorio Bacchetti

La tua Visione

SCRIVI QUI LA TUA VISIONE

Missione

UNA GUIDA OPERATIVA

La Missione tende a focalizzarsi più sul presente e a fornire **una guida operativa** all'azione dell'organizzazione e proprio per questo deve essere il più sintetica possibile, dichiarando in maniera chiara come raggiungere la Vision.

La Missione dell'organizzazione deve essere composta da alcuni elementi chiave quali: **la storia dell'azienda; le preferenze del titolare o dei soci o della proprietà più in generale, le risorse di cui dispone.**



Note

Copyright Vittorio Bacchetti

Missione

UNA GUIDA OPERATIVA

La Missione deve descrivere in modo chiaro e conciso il perché l'organizzazione esiste, l**a sua unicità** (ovvero, in cosa si distingue dalle altre aziende concorrenti), i valori che ne guidano l'azione, il target al quale si rivolge, gli strumenti che utilizza, i bisogni a cui risponde, le risorse su cui fa affidamento.



Note

Copyright Vittorio Bacchetti

Missione

UNA GUIDA OPERATIVA

- Chi sei / chi siete?
- Che cosa vuoi fare / cosa volete fare?
- Perché lo fai / Perché lo fate?
- Deve fornire una direzione attraverso una serie di indicazioni rispondenti ad un disegno ampio a tutto campo.
- Deve essere associata a ipotesi concrete.



Note

Copyright Vittorio Bacchetti

La tua Missione

SCRIVI QUI LA TUA MISSIONE

Copyright Vittorio Bacchetti

Valori aziendali

COSA SONO

I valori aziendali esprimo quello in cui credi (o credete) e costituiscono il patrimonio etico, culturale e professionale che guida quotidianamente il lavoro dell'officina e si riflette nel mondo circostante nei tuoi collaboratori nei tuoi clienti e tutti coloro che vengono in contatto con l'azienda.



Note

Valori aziendali

I 5 FATTORI CHIAVE

I cinque fattori chiave per incardinare i valori aziendali nella propria organizzazione:

1. **Atteggiamento**



È indispensabile adottare valori aziendali che consentano di favorire atteggiamenti e comportamenti dei dipendenti tesi a realizzare la mission aziendale (quello che siamo), intraprendendo al tempo stesso la direzione indicata dalla vision aziendale (quello che vogliamo essere nel prossimo futuro).

Note

Copyright Vittorio Bacchetti

Valori aziendali

I 5 FATTORI CHIAVE

2. **Perché**

Ovvero, perché alcuni valori e non altri. È necessario chiedersi quali valori sono maggiormente corrispondenti alla cultura organizzativa, alla storia aziendale, alla tipologia di business e all'ambiente nel quale si opera, cercando di essere il più dettagliati possibile.



Note

Valori aziendali

I 5 FATTORI CHIAVE

3. **Applicazione**

Una volta definiti i valori aziendali, è necessario declinarli nelle attività quotidiane dell'organizzazione. Non si tratta di un semplice supporto: titolare, soci, manager, responsabili in qualsiasi settore sono chiamati in prima istanza a parlare, vivere e collegare il sistema di valori ai progetti e alle attività aziendali implementate.



Note

Copyright Vittorio Bacchetti

Valori aziendali

I 5 FATTORI CHIAVE

4. **Diffonderli e integrarli**

Si tratta, in questo caso, di giustificare i valori adottati, il che consente da un lato di diffonderli e integrarli nelle attività operative con maggiore facilità; dall'altro, invece, è opportuno evitare l'emergere di disallineamenti o sottoculture aziendali in contrasto con i valori stessi.



Note

Copyright Vittorio Bacchetti

Valori aziendali

I 5 FATTORI CHIAVE

5. **Gestione**

Singole iniziative di argomentazione e diffusione dei valori aziendali non sono sufficienti per una loro costante adozione nel medio-lungo periodo. Più che "iniziative spot", sono necessari un'attività e uno sforzo costanti di gestione aziendale incentrata sui valori di riferimento.



Note

Valori aziendali

SCRIVI I TUOI VALORI

Adesso tocca a te/voi: *Scrivi/scrivete almeno Trenta (30) valori che fanno parte della tua/vostra azienda (es. professionalità, qualità, rispetto, spirito di squadra, ecc.). Di questi trenta alla fine devono rimanere massimo 10, meglio se tra i sei e gli otto.*

Per arrivare ai tuoi **valori nucle**o dopo averne scritti una trentina, fai/fate un'analisi di quali sono veramente importanti per te/voi e che non possono mancare nella tua/vostra officina e ricorda/ricordate saranno quelli che guideranno anche le persone intorno a te/voi e indicheranno ai/vostri tuoi/vostri clienti o fornitori che cosa ti/vi motiva nel lavoro.



Note

Copyright Vittorio Bacchetti

I Tuoi Valori

SCRIVI QUI I TUOI VALORI

Copyright Vittorio Bacchetti

Conclusione

NON È FINITA QUI

Non credere che una volta riportata la vision la mission e i valori nero su bianco sia finita, il tuo/vostro compito è quello di continuare regolarmente a far rispettare quanto è stato espresso per far si che le persone siano **costantemente** in linea con quanto stabilito.



Scrivi su un pannello la Vision, la Mission e i Valori aziendali ed esponili in azienda in modo che anche i tuoi clienti possano riconoscersi in quello che fai e se lo condivideranno di conseguenza saranno i tuoi più fedeli sostenitori.

Note

Se hai bisogno di aiuto:

SARÒ FELICE DI AIUTARTI

Se vuoi un mio consiglio o semplicemente una mia opinione sul lavoro che hai fatto e vuoi una valutazione, non esitare a scrivermi (il mio indirizzo personale è vittorio.bacchetti@gmail.com) sarò felice di darti le indicazioni necessarie per rendere la tua Visione, la tua Missione e i Tuoi valori in linea con le tue aspirazioni di Brand di successo nell'autoriparazione.

Se vuoi contattarmi via Telegram ecco il mio numero: **334 7944492**

E ricorda:

Saper riparare non basta più!

Vittorio



MONDO
MECCATRONICO
Saper riparare non basta più.