



Photo by Ryoji Iwata | Unsplash

Descrizione

Ma perché lavoriamo? Come contribuiamo alla soddisfazione delle esigenze dei nostri clienti? Come creiamo un valore aggiunto per i nostri clienti attraverso la nostra stessa strategia? Come possiamo coinvolgere altri interlocutori in questo tipo di processo?

Per molti versi, domande come queste sono essenziali per i team Agile. Da un lato, le risposte che ne derivano possono fornire motivazione, identificazione e significato nella sua più autentica comprensione. Dall'altro lato, le strategie tangibili sono un mezzo per favorire la sensazione di coesione all'interno di un team - indipendentemente dalle dimensioni e dalla durata del progetto. Di conseguenza, i partecipanti sono incoraggiati ad affrontare i possibili miglioramenti procedurali e strutturali e a ottimizzare il loro lavoro in modo efficace.

Stakeholder Strategies è un esercizio di rilassamento per sviluppare e ancorare le strategie all'interno del team.

Fase 1 (Materiale e preparazione)

Preparare una stanza abbastanza grande con una grande parete. Assicuratevi di avere a disposizione dei partecipanti un numero sufficiente di Post-it, carte da moderazione e penne. Sarebbe ideale rimuovere tutti i tavoli dal centro della stanza.

Fase 2 (Mappa degli stakeholder)

Permettete ai partecipanti di creare una mappa degli stakeholder con tutti i possibili soggetti e gruppi che potrebbero rivelarsi influenti nel vostro lavoro - uno stakeholder per ogni Post-It. Mettete il cliente al centro. Sostenete il team durante tutto il processo: pensate ai team della vostra organizzazione; non esitate a ripercorrere le "Cinque Forze" di Porter dai dati del passato; non dimenticate di considerare gli interlocutori indiretti come la "società" o l'"ambiente". Alla fine, raggruppate gli stakeholder e assegnate i titoli e categorie pertinenti, usando le carte da moderazione.

Fase 3 (Caratteristiche degli stakeholder)

Raccogliete le categorie e attaccatele alla parete dove lo spazio lo permette. I partecipanti sono ora invitati a scrivere le caratteristiche di ogni gruppo di stakeholder sui Post-it e ad appenderli accanto alle carte da moderazione. A cosa penso prima di tutto quando penso a questo gruppo? Cosa contraddistingue questo gruppo? In cosa sono bravi? Dove il gruppo potrebbe aver bisogno di ulteriore supporto? Quali sono i loro pensieri e le loro emozioni riguardo al nostro prodotto o servizio?

Fase 4 (Strategie per gli stakeholder)

Sui Post-It di altri colori, i partecipanti sono invitati a scrivere misure e strategie tangibili per rispondere alle esigenze di tutti gli stakeholder coinvolti. Aiutate i partecipanti a riconoscere le relazioni reciproche. Esempio: Come possiamo soddisfare le esigenze dei nostri fornitori? E: Come possono i nostri fornitori sostenerci nel nostro desiderio di soddisfare le esigenze dei nostri clienti?

(Nota: domande simili potrebbero essere elaborate dai partecipanti in una fase intermedia)