



AGILE TOOL 20: Definizione Focus Clienti

26/11/2020

Photo by Markus Spiske | Unsplash

Descrizione

Che si scelga di chiamarla "centralità del cliente", attenzione al cliente o orientamento al cliente, la filosofia (per alcuni anche la strategia) di porre il nostro cliente al centro della nostra impresa è un pilastro principale dell'Agile Working. Essa mira a confrontarsi con le esigenze e i desideri del nostro cliente e, su questa base, a progredire in termini di innovazioni di prodotto e di servizio. Le aziende più innovative anticipano le esigenze dei loro clienti prima che questi ultimi siano a loro volta consapevoli di queste stesse esigenze. Una stretta relazione e una comunicazione a pari livello è semplicemente necessaria, per gli Agile Team. Ma la domanda rimane: i vostri collaboratori hanno la stessa concezione (o definizione) di "orientamento al cliente"?

Lo strumento proposto rafforza l'analisi collettiva e la riflessione sul rapporto che un'azienda intrattiene con il proprio cliente. I partecipanti discutono e condividono le loro esperienze positive come se fossero clienti e arrivano a definire le loro intenzioni collettive riguardo all'orientamento al cliente.

Fase 1 (Materiale e preparazione)

Preparate una stanza sufficientemente grande con 2 lavagne a fogli mobili. I partecipanti avranno anche bisogno di sufficienti carte di moderazione e penne. Pianificate questo esercizio in modo da introdurre il vostro team all'Agile Working e notate se il termine "orientamento al cliente" viene interpretato in modi diversi.

Fase 2 (Raccolta dei fattori positivi)

Chiedete ai partecipanti di ripensare a un'esperienza personale vissuta come clienti. Perché è stata così bella? Quali sono stati i fattori che hanno portato alla loro soddisfazione? Ogni partecipante è invitato a condividere brevemente la propria esperienza. Raccolgiete tutte queste esperienze su una lavagna a fogli mobili. Accordatevi con i partecipanti sui punti chiave di questa lista e annotateli su una seconda lavagna a fogli mobili.

Fase 3 (Definizione collettiva)

Dividete la squadra in gruppi più piccoli di 3-4 persone. Lasciate che i gruppi definiscano in una frase l'"orientamento al cliente" per la loro organizzazione. I gruppi possono lasciarsi ispirare dai fattori positivi raccolti nella fase 2. È quindi fondamentale che questi siano visibili per tutti i partecipanti.

Chiedete a ogni gruppo di scrivere la loro definizione su una grande carta di moderazione. Appendete tutte le definizioni su un muro e leggetele ad alta voce. Chiedete gentilmente al gruppo (cioè a tutti i partecipanti) di definire parole e frasi collettive in modo da generare la definizione finale di orientamento al cliente su cui tutti i partecipanti possono essere d'accordo.

Un suggerimento: sentitevi liberi di ampliare il significato / definizione di "cliente" (cioè non solo come la persona che acquista i vostri prodotti e servizi): attraverso questa definizione potete anche percepire e analizzare le esigenze di un collega, un membro dello staff o un leader come se fosse un cliente.