

Oltre il cliente: le parti interessate

Dall'ascolto al passaparola

Erika Leonardi



La revisione 2015 della UNI EN ISO 9001 ha introdotto diverse modifiche. Sono stati rimossi alcuni obblighi consolidati, sono cambiati altri approcci e sono comparsi nuovi impegni. Fra questi ultimi c'è il tema delle parti interessate, collegato alla disamina del contesto organizzativo interno e esterno.

Il contesto economico è fortemente mutato: la componente sociale ha acquisito una voce più rilevante e i cambiamenti incombono a ritmi sempre più incalzanti. La globalizzazione imprime nuovi indirizzi a livello mondiale e di conseguenza impone cambi di rotta. Ciò che è importante oggi è soprattutto la comprensione del cliente, la sua soddisfazione. Bisogna riuscire a superare le sue aspettative in modo che scatti la disponibilità ad attivare il passaparola, canale di marketing molto potente. E qui entra in gioco la rete informatica e il suo modo di influenzare i comportamenti. Ci troviamo così di fronte a un dedalo di percorsi comunicativi che si creano e mutano continuamente veicolando tante tipologie di messaggi e informazioni, di fonte non sempre chiara e attendibile. Un approccio che ha una ricaduta sulla reputazione dell'impresa.

La complessità della situazione è un invito ad affilare le armi per promuovere la competitività. Per perseguire questo obiettivo il testo della norma è un percorso valido e utile. Sarà responsabilità del vertice dare ai diversi requisiti la giusta interpretazione, in sintonia con i valori e le proiezioni nel medio e lungo termine.

Indice

PRESENTAZIONE a cura di Marzio Dal Cin

INVITO ALLA LETTURA a cura di Erika Leonardi

1. GLI IMPEGNI STRATEGICI IN OTTICA ISO 9001:2015

Impatto determinante: la leadership
Metodo culturale: il plan, do, check, act
Impegno trasversale: il risk based thinking
Visione condizionante: il sistema aperto e i soggetti esterni

2. COSA VUOLE IL CLIENTE: LA SOLUZIONE

Focus sul cliente
Il prodotto
Il servizio
La soluzione

3. COME CURARE LE RELAZIONI CON LE PARTI INTERESSATE

La gestione delle relazioni
Il percorso
Le basi metodologiche
Dall'ascolto alle azioni
La valorizzazione dell'esistente
L'attenzione verso la reputazione
La dimensione etica

4. COS'È IL PASSAPAROLA

Gli attivatori e le dinamiche
L'interazione on-line e off-line
Il governo del passaparola

5. COME COLTIVARE LE RELAZIONI

Gestire la dinamica del servizio
Essere padroni della comunicazione
Governare i processi comuni
Innovare insieme

6. I CASI

L'AUTORE

www.erikaleonardi.it



Erika Leonardi esperta di gestione dei servizi, svolge attività di consulenza e di formazione in organizzazioni private e pubbliche.

Ha pubblicato: con Egea *Manager della qualità* (2015), con Franco Angeli *Disegnare i processi* (2012); con IISole24Ore *Gestione del servizio* (2009), *Azienda in Jazz* 2 ediz. (2008) *Capire la qualità* 2 ediz. (2007), *Servire Successo* (2003), *ISO 9000 Sistema Qualità e Certificazione* (1998), *Servizi di Qualità* (1997), *Un Mondo di Qualità* (1995). Con Sperling & Kupfer: *Ricostruire e vivere il processo per la qualità in azienda* (2006); con UNI: *Un mondo di qualità... che cambia* (2006).

