

Articolo del 10 novembre 2023

Sezione: Leadership

Titolo: Qual è il significato di Mission Aziendale?

“Il mio più grande desiderio è quello di rendere le persone libere grazie alla consapevolezza e alla conoscenza, condividendo con estrema delicatezza la mia ultra quarantennale esperienza lavorativa come Consulente.”

Terza pillola di conoscenza sulle azioni fondamentali che un imprenditore o un Leader deve “scrivere” per sviluppare la propria azienda e per creare valore nel tempo.

Dalle mie attente osservazioni sul come si deve fare impresa, in un mondo chiasmato e pieno di informazioni come quello di oggi, ho notato che spesso le azioni fondamentali che servono per “focalizzare” inizialmente un progetto imprenditoriale vengono totalmente dimenticate.

Credo fortemente su i tre punti che voglio mettere in risalto di seguito, per mettere in moto il pensiero di tutti e riflettere insieme sul perché queste azioni sono basilari:

1. Avere una visione chiara, nitida, di ciò che veramente si desidera, è il primo step di un percorso che permette a qualsiasi azienda di creare risultati: perché ciò avvenga, infatti, occorre sapere innanzitutto cosa si vuole creare, dove si vuole arrivare.
2. Cambiare il modo di fare Leadership, mettendo al centro di tutto la ricerca dell’emozione: credo che questa sia la sfida più grande che ci attende.
3. Avere la determinazione, la coscienza e la consapevolezza su quello in cui crediamo e dobbiamo mettere in pratica certezza di operatività, e farlo tutti insieme.

Oggi voglio parlare della Mission aziendale.

Se, come si è detto, la vision rappresenta

La visione aziendale è il futuro che si desidera per l'azienda, il "dove si vuole arrivare"

una specie di sogno << il dove si vuole arrivare >> volto a definire lo scopo per cui un'attività commerciale esiste, la mission detiene l'onere di trasformare i concetti astratti proposti dalla stessa vision in qualcosa di concreto e capace di **dare un ruolo effettivo all'impresa**.

In poche parole, è come se la mission (che quindi rappresenta il sentiero da seguire per realizzare la vision), servisse a stabilire le **risorse da adoperare al fine di raggiungere determinati obiettivi** fissati all'inizio.

Chiaramente, affinché questi due elementi (vision e mission) possano dare degli effettivi riscontri, devono sempre procedere di pari passo.

Oltre a ciò va poi anche detto che la mission (rispetto alla vision) ha la facoltà di mostrare con maggiore evidenza le **modalità per arrivare ai risultati stabiliti**, focalizzandosi in modo più accentuato sul presente e fornendo un buon piano operativo contenente le azioni da svolgere giorno per giorno.

Se l'intento primario dell'imprenditore è quello di ottenere delle grandi performance dalla propria realtà commerciale, nello spiegare come raggiungere la vision, la mission deve necessariamente spiccare per chiarezza e sinteticità.

Al suo interno vanno poi sempre inseriti elementi come:

- la **storia** dell'impresa;
- il **motivo** della sua esistenza;
- il **target** di utenti;
- i **valori** che guidano l'azione;
- gli **strumenti** da utilizzare;
- i **bisogni** a cui rispondere;
- le **preferenze** della proprietà;
- le **risorse** disponibili;
- le **differenze** con la concorrenza.

Queste le definizioni e le differenze tra mission aziendale e vision aziendale: due concetti da prendere in considerazione ogni giorno per garantire alla propria impresa prosperità e buona organizzazione.

Di seguito alcuni esempi di mission aziendale, tenendo presente quindi, che la mission dev'essere la tabella di marcia che definisce il nostro scopo in quanto azienda, e rappresenta il parametro di riferimento delle nostre azioni e decisioni, e che ogni azienda deve avere, di qualsiasi settore e a partire dalla più piccola impresa che esiste al mondo:

Google

"La missione di Google è organizzare le informazioni a livello mondiale e renderle universalmente accessibili e utili".

Chi lavora per Google sa di lavorare per uno scopo alto: la democrazia dell'informazione.

Amazon

"Essere la società più customer centrica del mondo, dove le persone possono trovare e scoprire qualsiasi cosa vogliono comprare online"

Quando si dice: "Il cliente al centro".

Amazon ha fatto, di questa filosofia, una vera e propria mission dalla quale prendere esempio.

Ikea

"Creare una vita quotidiana migliore per la maggioranza delle persone.

Ciò significa fare del nostro meglio per creare un mondo in cui ci prendiamo più cura dell'ambiente, delle risorse del pianeta e delle persone. Siamo consapevoli che si tratta di un impegno continuo e che a volte noi stessi siamo parte del problema, ma lavoriamo strenuamente per contribuire alla soluzione".

Ciò che colpisce nella dichiarazione di questa mission è l'onesta ammissione con la quale si conclude.

Apple:

"Apple progetta i Mac, i migliori personal computer al mondo, insieme a OS X, iLife, iWork e software professionali. Apple sta guidando la rivoluzione della musica digitale con la linea iPod e il negozio online iTunes. Apple ha reinventato il cellulare con il suo rivoluzionario iPhone e App Store, e sta definendo il futuro dei mobile media e dei dispositivi informatici con iPad".

Barilla:

"Barilla propone un'offerta di qualità fatta di prodotti gustosi e sicuri. Barilla crede nel modello alimentare italiano che combina ingredienti di qualità superiore e ricette semplici, offrendo esperienze uniche ai cinque sensi. Il senso di appartenenza, il coraggio e la curiosità intellettuale ispirano il nostro modo di essere ed identificano le persone con le quali lavoriamo. Barilla lega da sempre il suo sviluppo al benessere delle persone e delle comunità in cui opera."

Interessanti come casi vero?

Li ho voluti citare perché ritengo che siano di grande utilità per focalizzare questo tema sulla mission aziendale.

Concludo:

“Credo fortemente che oggi dobbiamo necessariamente cambiare, evolvere e arricchire la nostra prospettiva personale e aziendale perché siamo in una fase storica in cui si stanno modificando i paradigmi dell’intera società.

È in corso d’opera un’evoluzione dei meccanismi che finora hanno regolato il tessuto sociale, culturale ed economico.

Per questo ognuno di noi deve capire se vuole essere protagonista attivo di questo cambiamento oppure subirlo passivamente.

Per questo motivo è importante avere anche una mission aziendale chiara e credibile...

...partendo sempre prima da quella personale, perché se l’imprenditore sa chiaramente cosa desidera per la propria azienda e riesce a rendere condivisa questa missione facendo sì che tutti all’interno dell’impresa percepiscano lo stesso suo desiderio con la medesima chiarezza e intensità, l’azienda inizierà a crescere ed accelerare, creando risultati, in direzione del proprio futuro desiderato.

#consapevolezza

#sapereperdecidere

#leadershipmoderna

#madsa

#saperefareimpresaconcoscienzaescienza

#Gesù