

Farm-Success

training farmers for sustainable succession processes

Comprendere il rinnovamento generazionale nelle fattorie familiari:
Obiettivi personali, competenze e autovalutazione

Technische
Universität
München



HOF UND
LEBEN



Asociace
soukromého
zemědělství ČR



Con il sostegno del
Programma Erasmus+
dell'Unione europea

Il presente progetto è finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.
Progetto n°: 2015-1-DE02-KA202-002390

Indice

1. Introduzione

2. Processo di Autovalutazione

3. Analisi dell'Ambiente

4. Obiettivi

Bibliografia

1. Introduzione

All'inizio di ogni processo, e ancor più nel campo degli affari, è **necessaria una valutazione preliminare del punto di partenza**. Ciò richiede un **processo di analisi** iniziale in cui viene valutata la propria posizione in relazione ai diversi fattori che influenzano il processo o l'attività da avviare.

L'analisi è il processo attraverso il quale **una questione viene suddivisa nei singoli aspetti** che la compongono. Dopo la razionalizzazione e lo studio, questi aspetti vengono riassemblati per formare una nuova realtà adeguata al nostro approccio.

Qui esamineremo i diversi elementi e i **fattori che possono influire sul processo di successione con l'obiettivo di compiere un'autovalutazione della nostra situazione iniziale, il che ci condurrà all'autoconoscenza**; successivamente, identificheremo quei fattori o quelle aree che possono migliorare o costituire una leva che faciliti il nostro processo di successione.

Avendo raggiunto una migliore conoscenza di noi stessi, possiamo **definire degli obiettivi concreti per migliorare** ciascuna delle aree coinvolte nel processo di successione o definire strategie future per **lo sviluppo e l'evoluzione della nostra azienda agricola**.

Lo scopo di questo modulo è quello di aiutarti ad **analizzare le diverse dimensioni** del tuo **ambiente** per creare una visione d'insieme dei **tuo punti di forza e delle tue opportunità** di miglioramento in modo da sviluppare il processo di successione della tua impresa agricola familiare.

Per fare questo, **svilupperemo un'analisi SWOT personale** basata sulla valutazione di più dimensioni collegate al tuo **ambiente e a te stesso**. Dall'analisi di queste dimensioni potrai ottenere un'idea chiara e ampia di quali elementi sono suscettibili di miglioramento e delle altre dimensioni che ti aiuteranno durante tutto il processo.

Gli aspetti da migliorare **possono essere individuati definendo degli obiettivi** e per questo ti suggeriamo una metodologia per lo sviluppo di questi obiettivi aziendali, gestionali o personali al fine di progredire come persona e come imprenditore e sviluppare il tuo processo di successione e la tua azienda agricola familiare.

1. Introduzione

1.1. PROCESSO DI AUTOVALUTAZIONE

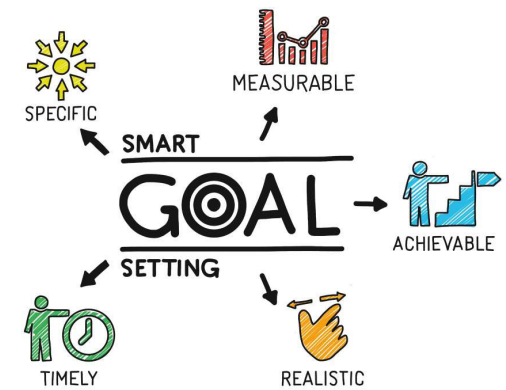
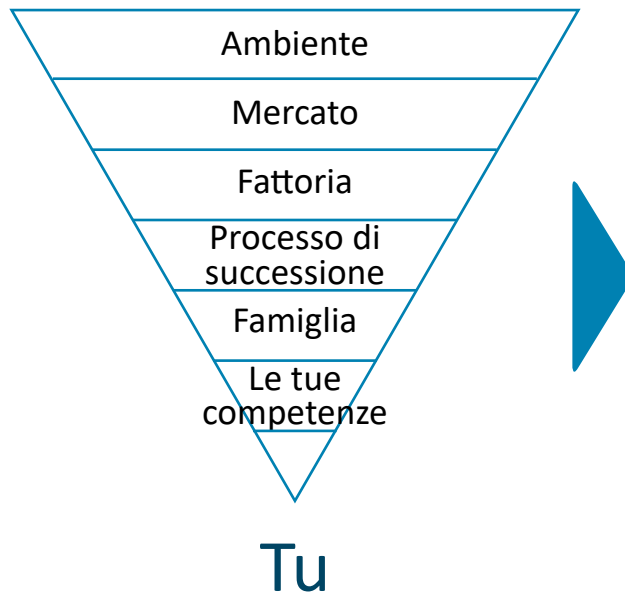
Conoscenza
di Sè



Analisi e Valutazione



Definizione degli
Obiettivi



1. Introduzione

1.2. CHE COS'È UN'ANALISI SWOT?

- L'analisi SWOT è un metodo di pianificazione strategica utilizzato per valutare i **Punti di forza**, i **Punti di debolezza**, le **Opportunità** e le **Minacce** (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats – SWOT) di un'impresa, come ad esempio una fattoria
- L'analisi SWOT **identifica i fattori interni ed esterni favorevoli o sfavorevoli** al raggiungimento degli obiettivi della fattoria.
- L'identificazione degli SWOT è essenziale in quanto le fasi successive del processo di pianificazione degli obiettivi possono essere ricavate dall'analisi SWOT e alcuni obiettivi potrebbero dover essere rivisti in base alla valutazione delle tue competenze.



1. Introduzione

1.3. L'ANALISI SWOT

- I **Punti di forza** possono controbilanciare i **Punti di debolezza**, le **Opportunità** possono compensare le **Minacce**
- Chi prende le decisioni può utilizzare gli SWOT per **determinare se gli obiettivi** (gli scopi) **dell'azienda agricola sono raggiungibili** con la gestione corrente, il capitale attuale, ecc.
- Se, dopo il confronto con l'analisi SWOT, l'obiettivo si rivela irraggiungibile, è necessario impostare un obiettivo diverso o un obiettivo modificato e quindi ripetere il processo.



Utilizzi dell'analisi SWOT

- L'analisi SWOT è particolarmente utile **nell'identificazione delle aree per il miglioramento** dell'azienda.
- L'analisi SWOT può essere utilizzata per **fissare gli obiettivi** da raggiungere.
- Per fare una **valutazione** sia interna che esterna **dell'azienda agricola**, come ad esempio una valutazione dei suoi prodotti.
- Per **analizzare le strategie esistenti** per condurre la fattoria attraverso una transizione.
- Per **definire le questioni strategiche** che sono di fronte all'azienda agricola.
- Per **sviluppare strategie, obiettivi e scopi** nuovi/riveduti.
- Per **stabilire i fattori** critici di **successo**.
- Per **monitorare** i risultati, per determinare se gli **obiettivi** della fattoria **vengono perseguiti e raggiunti**.

1. Introduzione

1.4. PROCESSO DI AUTOVALUTAZIONE

Poiché il nostro obiettivo è quello di incrementare le possibilità di realizzare un buon processo di successione, suggeriamo la seguente metodologia:

1) Con i **questionari** di questo modulo sarai in grado di **autovalutare tutti gli aspetti** relativi a:

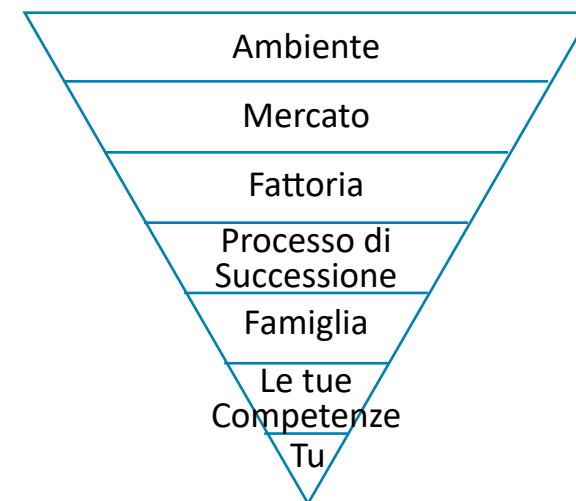
- la situazione corrente del tuo **processo di successione**
- la tua situazione **familiare**
- le tue **competenze** come **imprenditore**
- le tue competenze come **gestore di azienda agricola**

2) Inoltre, dovrai riflettere su tutti quei **fattori esterni** che possono influenzare il processo di successione e la tua impresa familiare:

- **settore e mercato**
- **economia, società, politica, normativa, etc.**

3) Con un'analisi dettagliata degli elementi suggeriti in questo modulo sarai in grado di **determinare quali sono le tue opportunità, i tuoi punti di forza, le minacce e i punti di debolezza.**

4) A questo punto sarai in grado di **costruire la tua analisi SWOT.**



	Conoscenza di Sé		Molto Basso	Basso	Medio	Alto	Molto Alto
	A1. Consultazione e comunicazione della scelta del successore						
	• All'interno della famiglia vi è comunicazione riguardo alle intenzioni del predecessore		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	• Vi è una chiara consapevolezza delle intenzioni del predecessore		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	• Vi è una chiara identificazione di chi sarà il successore		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	• La famiglia è stata consultata su chi sarà il successore		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

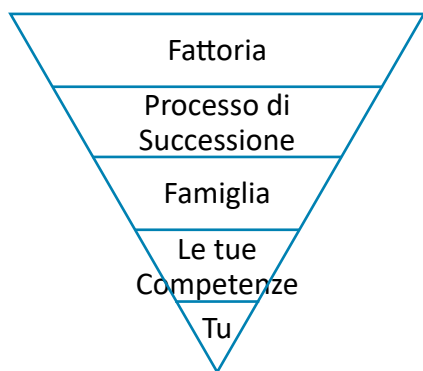


2. Autoconoscimento

2.1 QUESTIONARI

- Comincerai il processo di autovalutazione completando alcuni questionari relativi a 3 aree chiave:
 1. Processo di successione e famiglia
 2. Le tue competenze come imprenditore
 3. Le tue competenze come agricoltore
- Esprimi il tuo livello di accordo (“Molto Alto”) o di disaccordo (“Molto Basso”) valutando ogni aspetto.
- Al termine di ciascuna di queste sezioni puoi analizzare le tue risposte o iniziare a riempire la tua matrice SWOT posizionando ogni singolo fattore come “Punto di forza”, “Punto di Debolezza”, “Opportunità” o “Minaccia” sulla base della valutazione dei questionari.

Conoscenza di Sé



A1. Consultazione e comunicazione della scelta del successore

- All'interno della famiglia vi è comunicazione riguardo alle intenzioni del predecessore
- Vi è una chiara consapevolezza delle intenzioni del predecessore
- Vi è una chiara identificazione di chi sarà il successore
- La famiglia è stata consultata su chi sarà il successore

Molto Basso	Basso	Medio	Alto	Molto Alto
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Autoconoscimento

2.2. PROCESSO DI SUCCESSIONE

- Cliccando sul seguente [link](#) avrai accesso a un file in Excel nel quale potrai valutare, uno per uno, molti aspetti relativi al tuo **processo di successione**. Contrassegna la casella che ritieni appropriata con una "X", classificando il tuo livello di accordo
- In base alla tue risposte, puoi **iniziare a costruire la tua analisi SWOT**. Essa definisce quali aspetti del processo di successione sono considerati "Punti di forza", "Punti di debolezza", "Minacce" o "Opportunità".
- Ecco **alcune questioni che dovresti valutare** sul file in Excel

Scelta del successore

- Consultazione e comunicazione della scelta del successore
- Predisposizione e qualificazione del successore
- Consenso sulle decisioni riguardanti la successione

Formazione del successore

- Pianificazione con il predecessore e suo coinvolgimento
- Trasferimento di responsabilità e conoscenze
- Esperienza all'interno dell'azienda
- Esperienza e formazione presso altre aziende

Qualità del rapporto predecessore-successore

Impegno del successore nella fattoria

- Aspettative e pressione da parte della famiglia
- Aspettative e desideri del successore
- Alternative della scelta

Aspettative e percezioni legate alla fattoria

- Aspettative e portata degli sforzi
- Aspettative positive sulla fattoria e sul ruolo del successore

Soddisfazione dei bisogni e degli interessi personali e professionali

- Soddisfazione per i risultati imprenditoriali
- Sensazione di autorealizzazione


Contesto Familiare

- Coesione e qualità delle relazioni
- Comunicazione frequente e fluente
- Impegno verso la famiglia

2. Autoconoscimento

2.2 COMPETENZE IMPRENDITORIALI (LE TUE COMPETENZE)

- Questo questionario cerca di coprire alcune delle capacità iniziali di cui un imprenditore ha bisogno, ed è più orientato verso coloro che non hanno ancora iniziato a sviluppare l'attività. Per coloro che hanno già iniziato l'attività e sono in attesa di completare il loro processo di successione, suggeriamo di passare al terzo questionario, **competenze come agricoltore**.
- Cliccando sul seguente [link](#) avrai accesso ad un file in Excel nel quale potrai valutare, una per una, alcune delle tue **competenze come imprenditore**. Contrassegna la casella che ritieni appropriata con una "X", classificando il tuo livello di accordo.
- In base alle tue risposte, puoi iniziare a costruire la tua analisi SWOT. Essa definisce quali aspetti del processo di successione sono considerati "Punti di forza", "Punti di debolezza", "Minacce" o "Opportunità".
- Ecco **alcune questioni che dovresti valutare** sul file in Excel.

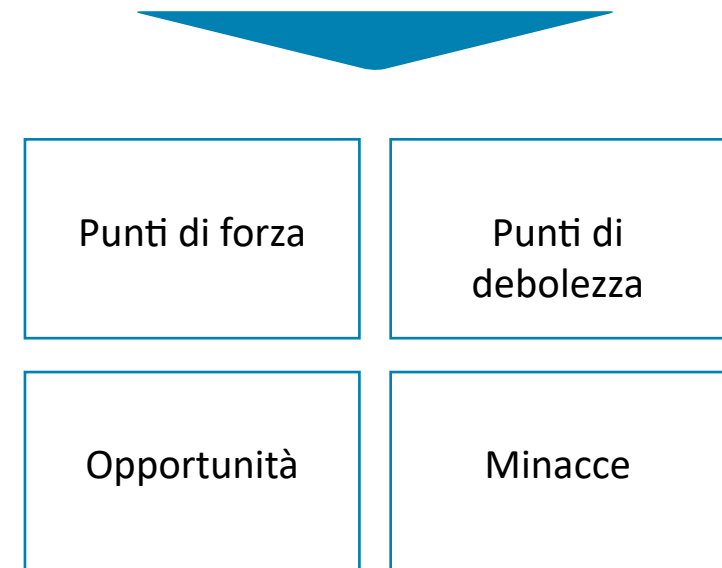
- 
- A1. Ambiente personale
 - A2. Livello di istruzione
 - A3. Livello di esperienza
 - A4. Indipendenza
 - B1. Comprensione del rischio
 - B2. Assunzione di rischio
 - B3. Assunzione di responsabilità
 - C1. Determinazione
 - C2. Persistenza
 - C3. Sacrificio
 - D1. Orientamento al cambiamento
 - D2. Orientamento al cambiamento tecnologico
 - E1. Competenze organizzative
 - E2. Pianificazione dei compiti
 - E3. Riscontri
 - F1. Comprensione e pazienza
 - F2. Lavoro di squadra
 - F3. Altre imprese e associazioni
 - G1. Motivazione
 - G2. Risoluzione dei conflitti
 - H1. Relazioni
 - H2. Comunicazione sul posto di lavoro
 - H3. Capacità di ascolto
 - I1. Assistenza alla clientela
 - I2. Comunicazione commerciale

2. Autoconoscimento

2.3 COMPETENZE AGRICOLE (LE TUE COMPETENZE)

- Questo questionario è destinato a coloro che hanno una conoscenza più approfondita del funzionamento della fattoria, alcune domande sono legate anche alle tue competenze di imprenditore.
- Cliccando sul seguente [link](#) avrai accesso ad un file in Excel nel quale potrai valutare, uno per uno, molti aspetti relative alle tue **competenze come agricoltore**. Contrassegna la casella che ritieni appropriata con una "X", classificando il tuo livello di accordo.
- In base alla tue risposte, puoi iniziare a costruire la tua analisi SWOT. Essa definisce quali aspetti del processo di successione sono considerati "Punti di forza", "Punti di debolezza", "Minacce" o "Opportunità".
- Ecco **alcune questioni che dovresti valutare** sul file in Excel.

- A. Competenze nella gestione della produzione
- B. Competenze in materia di approvvigionamento e vendita
- C. Competenze nella gestione finanziaria
- D. Competenze nella gestione del personale
- E. Competenze in materia di posizionamento strategico
- F. Competenze nella gestione delle relazioni
- G. Attitudine al comando



3. Analisi dell'Ambiente

In qualità di agricoltore e imprenditore, prima di avviare la tua attività devi **valutare gli aspetti che caratterizzano il tuo ambiente** (sia a livello macro che a livello micro). Tradizionalmente, nello sviluppo dei piani d'impresa vengono utilizzati due strumenti:

- l'analisi **PESTLE** (macroambiente)
- l'analisi delle **5 forze di PORTER** (microentorno o mercato)

A. – L'analisi PESTLE

Viene indicata, a volte, come **analisi PEST** ed è un concetto di principi di marketing. Questo concetto viene utilizzato dalle aziende come strumento per monitorare l'ambiente in cui operano o in cui intendono lanciare un nuovo progetto/prodotto/servizio, ecc.

PESTLE è uno mnemonico inglese che nella sua forma estesa significa “P” - **Politico**, “E” - **Economico**, “S” - **Sociale**, “T” - **Tecnologico**, “L” - **Legislativo** ed “E” – **Ambientale** (Environmental). Questo strumento fornisce una panoramica dell'intero ambiente visto dalle molte e diverse angolature che si desidera verificare e tenere d'occhio mentre si pensa a una determinata idea/piano.

3. Analisi dell'Ambiente

Politico	La misura in cui un governo può influenzare l'economia o la tua industria	Attenzione politica sul settore, come le politiche e le strategie Sovvenzioni per gli investimenti nel settore Investimento previsto in infrastrutture Stabilità politica		Orizzonte della PAC Stabilità dell'UE Brexit Sovvenzioni della PAC
Economico	L'andamento dell'economia che influisce direttamente su un'azienda	Stato degli indicatori economici chiave, p.es. tasso di cambio/di interesse/di inflazione Costo delle utenze	Impatto delle tendenze globali dei consumatori Impatto della crisi finanziaria globale	Crisi Volatilità dei prezzi Prezzo del petrolio Trattati commerciali
Sociale	Tendenze culturali, dati demografici, dati analitici sulla popolazione	Dati demografici Livelli di competenza Livelli di scoraggiamento della forza lavoro		Domanda di alimenti biologici Manodopera immigrata Offerte formative Nuove richieste
Tecnologico	Innovazioni tecnologiche che possono influire sulle attività	Accesso alle nuove tecnologie Accesso alle TIC (Tecnologie dell'Informazione e delle Comunicazioni) Velocità di trasferimento delle nuove tecnologie		Nuovi macchinari Efficienza energetica Efficienza idrica Agricoltura di precisione
Legale	Regolamenti sia esterni che interni	Facilità di fare impresa Politiche fiscali Accesso al credito	Protezione degli investitori Legislazione in materia di occupazione	Requisiti della PAC Tassazione agricola Imposte di successione Regolamentazione dei contratti
Environment (Ambientale)	Influenza determinata dall'ambiente circostante	Clima Tempo meteorologico Posizione geografica	Cambiamenti globali del clima Compensazioni ambientali	Innalzamento delle temperature Scarsità idrica Variabilità del clima Biodiversità

3. Analisi dell'Ambiente

B.- Le 5 forze di PORTER

Porter si rese conto che, verosimilmente, le organizzazioni tengono d'occhio i loro rivali, ma le incoraggiò a guardare oltre le azioni dei loro concorrenti e ad esaminare quali altri fattori possono influire sull'ambiente imprenditoriale. Egli identificò cinque forze che costituiscono l'ambiente competitivo (il mercato).

Grado di Rivalità	Questo prende in considerazione il numero e la forza dei tuoi concorrenti	Barriere all'uscita Concentrazione settoriale Costi fissi Valore aggiunto	Sovracapacità intermittente Differenze di prodotto Costi di riconversione Identità del marchio	Numero di concorrenti Differenze qualitative Fedeltà del cliente
Potere dei Fornitori	Numero di fornitori e loro controllo sui tuoi prezzi di acquisto	Concentrazione dei fornitori Importanza del volume dei fornitori Differenziazione dell'input Impatto dell'input sui tuoi costi	Dimensione del fornitore Presenza di input sostitutivi Minaccia di integrazione a valle Costo del passaggio ad altro fornitore	
Potere dei Clienti	Numero di acquirenti e loro influenza sui tuoi prezzi di vendita.	Volume dei clienti Leva negoziale Informazioni dell'acquirente Identità di marchio	Sensibilità al prezzo Disponibilit� di un prodotto sostitutivo Differenziazione del prodotto Concentrazione degli acquirenti	
Minaccia dei Nuovi Entranti	La tua posizione pu� essere influenzata dall'abilit� di altri di entrare nel tuo mercato.	Barriere all'entrata Vantaggi di costo Curve dell'apprendimento Accesso alle materie prime	Politica del governo Economie di scala Fabbisogno di capitale Identit� del marchio	Costi di riconversione Accesso alla distribuzione Tempi e costi di entrata Protezione della tecnologia
Minaccia dei Sostituti	Questo si riferisce alla probabilit� che i tuoi clienti trovino un modo diverso di fare ci� che fai tu.	Costi di riconversione Inclinazione dell'acquirente verso i sostituti Compromesso tra prezzo e prestazione dei sostituti		

Conoscenza di Sé: Analisi SWOT

Ora che hai considerato tutto, sei pronto per costruire un'analisi SWOT con tutte le aree esaminate. Ti suggeriamo di usare una tabella con la matrice SWOT ottenuta. Valuta quali aspetti costituiscono i Punti di forza, i Punti di Debolezza, le Opportunità e le Minacce e completa il quadro che ti aiuterà in seguito a determinare i tuoi obiettivi e il tuo piano d'azione.

Punti di forza	
Processo di Successione	Famiglia
Competenze	Fattoria
Mercato	Macroambiente

Punti di debolezza	
Processo di Successione	Famiglia
Competenze	Fattoria
Mercato	Macroambiente

Opportunità	
Processo di Successione	Famiglia
Competenze	Fattoria
Mercato	Macroambiente

Minacce	
Processo di Successione	Famiglia
Competenze	Fattoria
Mercato	Macroambiente

Punti di forza

Punti di debolezza

Opportunità

Minacce

4. Obiettivi

COS'È UN OBIETTIVO?

Un obiettivo è **l'oggetto dell'ambizione o dello sforzo di una persona**, un fine o un risultato desiderato. Un obiettivo non è la stessa cosa che un compito. **L'obiettivo è lo scopo e il compito è ciò che deve essere fatto per raggiungerlo.** “Mirare” significa essere disposti a raggiungere gli obiettivi, mettendo insieme le risorse disponibili, concentrandosi su di loro per dare uno scopo e una direzione ai compiti che sono necessari per raggiungere questi obiettivi.

L'opposto di “fissare degli obiettivi” è “pensare ai problemi”. È ovvio che dobbiamo considerare i problemi che possono essere di ostacolo al raggiungimento degli obiettivi, ma una volta che le opzioni possibili sono state analizzate e prese in considerazione e che l'azione da intraprendere è stata decisa, i problemi sono solo quelle fasi che devono essere superate per raggiungere l'obiettivo.

Stabilire degli obiettivi ha l'effetto di orientarci verso un **pensiero positivo**. Dobbiamo **cambiare il nostro modo di porci delle domande**: invece di pensare “Che cosa è andato storto?”, pensiamo “Che cosa voglio? E che cosa farò per ottenerlo?”. Una volta che il problema è stato definito, il passo successivo è iniziare a risolverlo in modo ben strutturato.



4. Obiettivi

FISSARE DEGLI OBIETTIVI: COME DOVREBBE ESSERE UN OBIETTIVO?



1. S – Specifico: E' chiaro qual è l'obiettivo? E' chiaro cosa intendiamo esattamente?

L'ambiguità non ha mai aiutato a fissare dei buoni obiettivi, essere specifici **ci consente di ridurre le aree grigie e mantenere la concentrazione durante il processo**. È importante essere chiari su **“perché”** si vuole raggiungere un certo obiettivo, **“dove”** si realizzerà e **“quali”** sono gli elementi che saranno necessari.

Esempio:

- Voglio migliorare la comunicazione nella mia famiglia (**Non SMART**).
- Voglio migliorare la comunicazione nella mia famiglia per affrontare le questioni relative alla successione della fattoria e per questo avremo un incontro tutte le sere dalle 7 alle 8 in cui discuteremo ciascuno degli argomenti trattati in questo modulo. (**Sì, questo è SMART**).

4. Obiettivi

FISSARE DEGLI OBIETTIVI: COME DOVREBBE ESSERE UN OBIETTIVO?

2. M – Misurabile: Come faremo a sapere se abbiamo raggiunto l'obiettivo? Come misureremo il nostro successo?

Peter Drucker ha detto "Ciò che non viene misurato non viene migliorato", stabilendo un indicatore di successo per i nostri obiettivi che ci consente di sapere quanto siamo vicini al risultato finale. Se l'obiettivo non è quantificabile, l'indicatore di successo può essere stabilito in un modo diverso.

Esempio:

- Voglio migliorare la gestione della mia fattoria (**Non SMART**).
- Voglio migliorare la gestione della mia azienda agricola, rinnovando almeno il 50% delle macchine obsolete e aumentando il reddito di una media del 50% nei prossimi 5 anni. (**Sì, questo è SMART**).

3. A – Attainable: (Raggiungibile) E' possibile raggiungere questo obiettivo? Di cosa abbiamo bisogno per renderlo raggiungibile?

Quando valutiamo se un obiettivo è realizzabile e realistico, possiamo individuare il tipo di competenze, di attitudini o di altre risorse di cui abbiamo bisogno raggiungerlo.

Esempio:

- L'anno prossimo cambierò le mie colture (**Non SMART**).
- Proverò delle nuove colture effettuando dei piccoli test che mi consentano di vedere se si adattano al terreno, al clima e alle risorse disponibili. (**Sì, questo è SMART**).

4. Obiettivi

FISSARE DEGLI OBIETTIVI: COME DOVREBBE ESSERE UN OBIETTIVO?

4. R – Rilevante: Risponde ad altre priorità? Vale la pena di realizzarlo?

Significa che è legato a una visione o a un piano generale o della vita o dell'azienda.

Esempio:

- Voglio migliorare la gestione della mia fattoria (**Non SMART**).
- Voglio migliorare la gestione della mia azienda agricola per garantirne la sostenibilità a lungo termine e, quindi, garantire impiego a tempo pieno e una fonte di reddito alla mia famiglia. (**Sì, questo è SMART**).

5. T – Time-Bound (vale a dire, in un certo lasso di tempo e con una scadenza): Entro quando raggiungeremo questo obiettivo?

Se non stabiliamo un limite di tempo, i nostri compiti e i nostri progetti possono durare indefinitamente. L'impostazione di un limite di tempo ci fa concentrare e ci fa pressione in quanto il tempo in cui si intende raggiungere l'obiettivo è stabilito. L'obiettivo ha una scadenza ed è, quindi, più che un semplice desiderio! Inoltre, gli obiettivi dovrebbero essere formulati in modo positivo così da essere visti come dati di fatto.

Esempio:

- Non voglio dover vendere la fattoria di famiglia (**Non Positivo**).
- Ho intenzione di acquisire la fattoria che la mia famiglia ha gestito per anni. (**Sì, questo è Positivo**)

4. Obiettivi

RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI

Dopo la definizione degli obiettivi, è necessario valutare le implicazioni del loro raggiungimento, considerare di cosa avremo bisogno per raggiungerli e definire un piano d'azione con i compiti che rendano possibile questo raggiungimento.

1. Identificazione dei benefici e dei beneficiari

Qualunque sia il campo in cui sono fissati gli obiettivi, ci saranno sempre dei benefici e ci sarà sempre qualcuno che ne trarrà vantaggio. Se questi vantaggi non sono generali ma, piuttosto, specifici, occorre identificarli ed elencarli in modo che possano essere comunicati, non solo a coloro che ne beneficeranno, ma alla famiglia nel suo insieme.

2. Impostazione dei Limiti di Tempo

È opportuno stabilire un calendario delle attività che consenta di suddividere l'obiettivo in sottosezioni più piccole, evitando in tal modo la sensazione che l'obiettivo finale non possa essere conseguito, dal momento che il raggiungimento di obiettivi più piccoli su base giornaliera condurrà infine al raggiungimento (più importante) dell'obiettivo finale.

4. Obiettivi

RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI

3. Identificazione degli ostacoli principali

Se vuoi raggiungere degli obiettivi, devi sapere quali sono i potenziali problemi che puoi incontrare sulla via del loro raggiungimento, altrimenti non puoi fare piani né sviluppare strategie per risolverli. “Ogni problema contiene i semi della propria soluzione”. (Stanley Arnold).

4. Identificazione delle competenze e delle conoscenze necessarie

Una volta che sai quali sono i problemi da affrontare, è necessario determinare quali competenze e quali conoscenze dovranno avere coloro che svilupperanno il progetto. Non devi essere un esperto in tutti i campi, quello che devi avere è la capacità di trovare le informazioni di cui hai bisogno e la capacità di identificare quali sono le competenze e le conoscenze necessarie e dove possono essere reperite.

5. Identificazione degli individui, dei gruppi, delle organizzazioni e delle aziende con cui lavorare

Se vai dalle persone giuste, troverai la soluzione giusta.

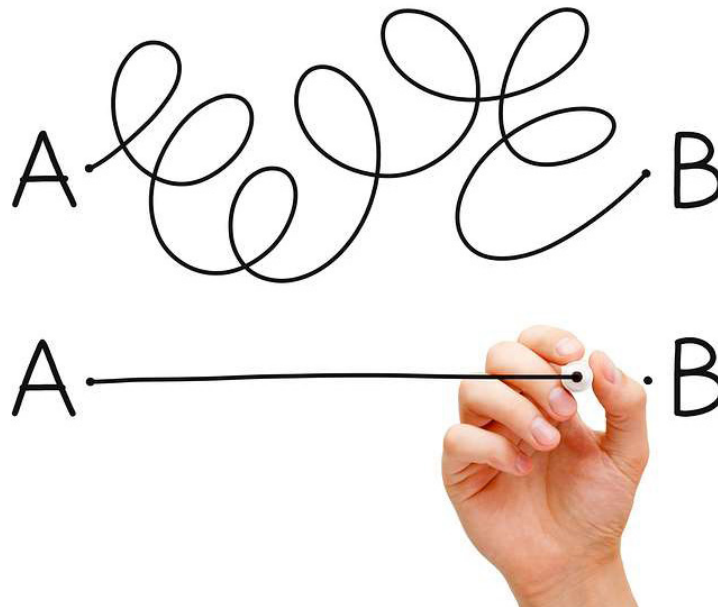
4. Obiettivi

RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI

6. Sviluppo del Piano d'Azione

Gli obiettivi non verranno raggiunti semplicemente specificandoli o conoscendo gli ostacoli da superare, ma si potranno raggiungere soltanto se un piano d'azione ben strutturato verrà attuato nel rispetto di un quadro temporale. Molti dei compiti saranno suddivisi in base al piano d'azione e diventeranno dei piccoli obiettivi.

Il piano d'azione è un programma pre-pianificato di compiti quotidiani che comprende i compiti da svolgere (**che cosa**), il tempo a loro dedicato (**quando**), le persone che li espletteranno (**chi**) e gli imprevisti che potranno presentarsi insieme alle loro possibili soluzioni.



4. Obiettivi

RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI

Il Modello GROW

Nel coaching esiste un modello che può aiutarti a sviluppare e raggiungere i tuoi obiettivi: è il modello GROW. Rispondendo a determinate domande è possibile esaminare le diverse fasi per raggiungere i propri obiettivi.

G OAL (OBIETTIVO)	Stabilisci il tuo obiettivo SMART	Quale risultato vuoi da questo processo? Come ritieni che questo processo ti possa aiutare? Questa sessione è sufficiente per coprire i punti di cui hai bisogno? Di cosa ha bisogno questo processo per avere successo?
R EALITY (REALTA')	Valuta la tua situazione attuale	Com'è la situazione attuale? Puoi usare degli esempi specifici? Che cosa succede/è successo quando...? Ci sono delle volte in cui è diverso? Che cosa vuoi cambiare del modo in cui tu...?
O PTIONS (OPZIONI)	Definisci le linee di azione possibili	Come potrebbe cambiare la situazione? Come potresti migliorare la situazione? Che cosa hai provato fino ad ora? Che cosa puoi imparare dagli altri? Puoi fornire delle opzioni specifiche per l'azione? Sei a conoscenza dei possibili risvolti negativi di queste opzioni? Quale delle opzioni suggerite ti piacerebbe provare? Chi può aiutarti? Chi l'ha già attuata?
W ILL (VOLONTA')	Impegnati su queste	Come puoi mettere in atto le opzioni appropriate? Sei a conoscenza di qualche ostacolo a queste azioni? Qual è il primo passo? Che cosa farai nello specifico? Di quale ulteriore supporto hai bisogno? La tua famiglia offre sostegno per il cambiamento? A chi hai bisogno di parlare/chiedere? Come si saprà quando avrai raggiunto l'obiettivo?

Bibliografia

Documenti

- Maria Virginia Flores-Ortiz and Alfonso Vega-López, Key factors influencing the process of succession in family companies. Autonomous University of Baja California, Mexico
- Are Your Farm Business Management Skills Ready for the 21st Century?. Self-Assessment Checklists. Farm Business Management for the 21 st Century.
- Porter, M. E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: Free Press, 1980.
- Jonovic, Donald J. and Wayne D. Messick, Passing Down the Farm: The Other Farm Crisis, Jamieson Press. 1996.
- Thomas, Kenneth H. and Bernard L. Erven, "Farm Personnel Management," North Central Regional Extension Publication 329. 1989.
- Miller, Alan, Mike Boehlje, and Craig Dobbins, Positioning the Farm Business, Staff Paper #98-9, Department of Agricultural Economics, Purdue University. 1998.
- DuBrin, Andrew J., The Complete Idiot's Guide to Leadership, Alpha Books, A Division of Macmillan Reference USA, New York, NY. 1998. A great "how-to" book on leadership.
- Kay, Ronald D. and William M. Edwards, Farm Management, Fourth Edition, McGraw-Hill, Boston. 1999.
- Whetten, David A. and Kim S. Cameron, Developing Management Skills, Harper-Collins, New York. 1995.

Immagini

- <https://applebymall.co.uk/goal-setting-for-your-business/>
- https://www.123rf.com/stock-photo/entrepreneurial_skill.html
- icfx.org
- <https://career.uconn.edu/blog/2016/10/20/developing-long-term-career-goals/>
- <https://bestcadtips.com/transitioning-a-firm-from-autocad-to-revit/from-point-a-to-point-b/>
- <http://stellarleadership.com>