

## Fattori Critici di Successo

Dott.ssa Enrica Gentile  
a.a. 2003-2004

Lezione n.12

## Le interviste

- Le interviste ai dirigenti permettono di evidenziare il grado di necessità sentito per l'introduzione di un nuovo sistema informativo all'interno della organizzazione aziendale

Dott.ssa Enrica Gentile

Sistemi Informativi 2003-2004

2

## Domande utili

- Quale è la sua area di responsabilità?
- Quali sono i suoi obiettivi nell'area di responsabilità assegnatale?
- Come misura i suoi risultati?
- Quali sono i maggiori problemi incontrati nell'ultimo anno?
- È soddisfatto del suo attuale supporto informativo?
- Quali altre informazioni necessita per la sua area?
- Quale sarebbe il loro valore?

Dott.ssa Enrica Gentile

Sistemi Informativi 2003-2004

3

## Identificazione della nuova rete di sistemi informativi

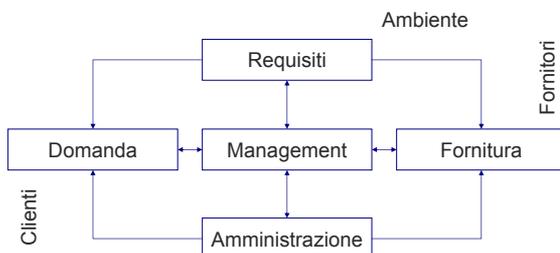
- In questa fase deve essere descritta la nuova rete di sistemi informativi in termini di insieme di sistemi informativi e basi di dati correlati alle aree decisionali di processi e sottoprocessi

Dott.ssa Enrica Gentile

Sistemi Informativi 2003-2004

4

## Generica rete di sistemi informativi



Dott.ssa Enrica Gentile

Sistemi Informativi 2003-2004

5

## Identificazione dei sottosistemi

- Per identificare quali sottosistemi realizzare per primi si devono evidenziare i problemi venuti a galla nelle interviste e in base ai dati raccolti e tra questi individuare quelli più urgenti da risolvere

Dott.ssa Enrica Gentile

Sistemi Informativi 2003-2004

6

## Classificazione dei problemi

- Problemi di accuratezza
- Problemi di tempo
- Problemi di formato
- Problemi di disponibilità

## Analisi dei fattori critici di successo

- Tale metodo è stato sviluppato per supportare i dirigenti aziendali nella identificazione delle aree critiche delle loro attività

## Fasi del metodo

1. Identificazione degli obiettivi
2. Identificazione dei fattori critici di successo
3. Definizione delle misure

## Fattori Critici di Successo-CFS

- I fattori critici di successo rappresentano quelle aree critiche dove è essenziale raggiungere gli obiettivi prefissati

## Classificazione dei fattori critici

- Settore economico
- Strategia concorrenziale e posizione dell'azienda
- Ambiente
- Fattori temporali
- Posizione dirigenziale

## Settore Economico

- Tutte le aziende che appartengono allo stesso settore presentano dei fattori critici di successo comuni determinati dal settore
  - Abbigliamento
    - Il marchio, lo stile, il design dei prodotti, l'immagine aziendale

## Strategia concorrenziale e posizione dell'azienda

- Molti dei fattori critici propri di un'azienda sono determinati dal suo "peso" nel settore;
  - per esempio una piccola impresa dovrà porre molta attenzione a difendere la sua nicchia di mercato.
- Anche la posizione geografica può determinare aree critiche
  - un'azienda, a seconda che sia più o meno vicina a grossi centri urbani, avrà un problema di trasporto più o meno importante.

## Ambiente

- Con questo termine intendiamo tutte le aree che non sono sotto il controllo dell'organizzazione considerata.
  - Ad esempio, le aree legislative e politica possono determinare dei fattori critici dovuti a nuove normative o a concessioni governative.

## Fattori temporali

- eventi normalmente imprevisi che portano alcune attività minori ad assumere particolare importanza per un certo periodo di tempo.
  - Ad esempio, la gestione delle giacenze non è critica per un direttore generale, ma può diventare un fattore critico per lui solo se dovessero verificarsi forti scostamenti dalla norma.

## Posizione dirigenziale

- Determina dei fattori critici propri del particolare ruolo manageriale.
  - Ad esempio, tutti i direttori di produzione hanno fattori critici comuni quali il controllo delle giacenze, della qualità del prodotto e dei costi.

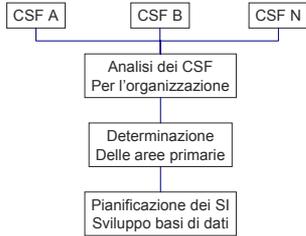
## Livelli di fattori critici

1. Fattori critici di settore
2. Fattori critici aziendali
3. Fattori critici sub-aziendali
4. Fattori critici individuali

## Fattori critici individuali

- Sono determinati da:
  - Ruolo manageriale
  - Fattori temporali

## Determinazione dei fabbisogni informativi dell'azienda



## L'intervista

Rappresenta la fase più operativa del metodo ed ha come obiettivi:

- Comprendere il ruolo del dirigente
- Determinare gli obiettivi dell'intervistato
- Esplicitare i fattori critici e gli indicatori
- Determinare i bisogni informativi dell'intervistato