

Guida pratica per iniziare con gli OKR





Inizia scattando una fotografia della tua azienda attuale



1) Analizza il modello di business attuale

Prima di inserire un Sistema di Gestione per Obiettivi Chiave - creando una Strategia con gli OKR - è essenziale chiarire il proprio modello di business. Parti dalle domande:

- Cosa ci differenzia da tutti gli altri?
- A chi ci rivolgiamo e quale valore vogliamo dar loro?
- Quali rapporti costruiamo con i nostri clienti e con i nostri partner?
- Quali sono i principali flussi di ricavi e costi?

Definire la propria proposta di valore aiuta a scavare nella MISSION aziendale e focalizzarsi su ciò che conta di più. Gli OKR sono un fantastico strumento di focalizzazione, non scordarlo!



 Tips: potresti usare un Business Model Canvas e dei post-it 

Partner chiave

Quali sono i nostri partner chiave per offrire valore

Attività chiave

Quali attività chiave per ottenere le proposte di valore?

Proposta di valore

Che tipo di valore offriamo ai clienti?
Cosa ci differenzia?

Relazione con i clienti

Che tipo di relazione instauriamo con i nostri clienti in termini di tempo?

Segmenti di clientela

Quali sono i nostri clienti target?

Risorse chiave

Quali le risorse chiave per ottenere i valori prefissati?

Canali

Quali sono i principali canali utilizzati per distribuire la nostra proposta di valore?



Struttura dei costi

Quali sono i costi fissi e variabili che ci troviamo ad affrontare come azienda

Flussi di ricavi

Da dove e da cosa sono generati i flussi di ricavi per la nostra organizzazione?

Definisci il Primo OKR

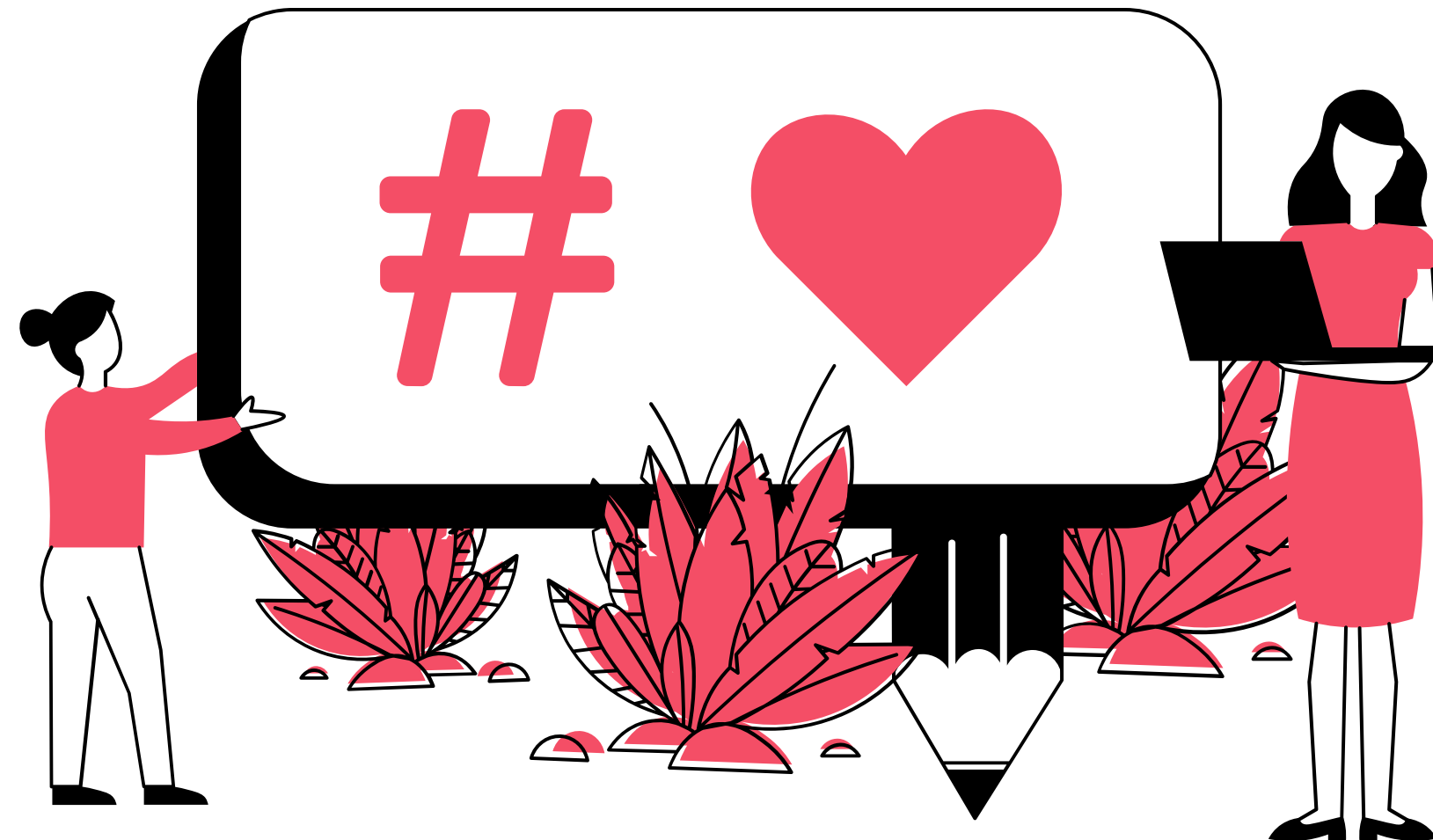
Il "Primo OKR" è l'indicatore principale dell'azienda e sarà condiviso con tutti

Ricorda che un OKR è un <<INDICATORE>> e - come dice la parola - non servirà ad altro che indicare la direzione.

Non è qualcosa di statico e potrai cambiarlo al termine di ogni Sprint, quando andrai a misurare il risultato che hai prodotto.

Il Primo OKR è il primo indicatore che l'azienda si impegna a raggiungere (ad esempio: 300 utenti attivi) e accomuna tutti, a prescindere da ruolo e funzione. Sarete tutti allineati su questo.

 Tips: parti dalla proposta di valore del Business Model Canvas 



Gli Sprint possono essere mensili o trimestrali: quanto spesso vuoi monitorare il PRIMO OKR?

Costruisci la Prima Strategia

Ora che l'azienda ha il primo indicatore da raggiungere, stabilisci come riuscirci

Una volta definito il "Primo OKR", l'azienda ha un obiettivo chiave nel futuro e un modo condiviso per misurarlo. Per raggiungere quel numero al termine dello Sprint dovrà mettere in campo delle iniziative aziendali: definiscile.

Le iniziative dovranno essere in larga parte composte da azioni ripetute nel tempo ogni scadenza predefinita (*ogni lunedì Mario fa questo, 2 volte al mese Lucia controlla quello ecc.*).

Suggerimento: definire prima ciò che NON dovrà succedere (i rischi).
facilità nella scelta delle giuste Iniziative



OBIETTIVI CHIAVE



Cosa voglio raggiungere

OKR



Come misuro l'obiettivo?

1


RISCHIO 1 


RISCHIO 2 


RISCHIO 3 

cosa non deve accadere

2

KRI 1 

KRI 2 

KRI 3 

come misuro il rischio?

3

INIZIATIVA 1 

INIZIATIVA 2 

INIZIATIVA 3 

cosa decidiamo di fare

4

[Puoi scaricarlo da qui](#)

Assegna almeno un OKR ad ogni Persona


Per raggiungere il PRIMO OKR ogni persona dovrà fare la sua parte. Ognuno avrà almeno un OKR, tutti allineati tra loro.

Una volta stabilito l'obiettivo principale dell'azienda per i prossimi mesi grazie al Primo OKR, è arrivata l'ora di tradurlo su tutte le Persone in azienda, dando obiettivi specifici.

Se ogni Persona raggiungerà i propri indicatori, l'azienda centrerà più facilmente il Primo OKR.

Ogni Strategia di Funzione avrà almeno un indicatore di obiettivo (OKR) per ogni persona e le proprie Iniziative in corso per evitare che questi si verifichino aumentando così la probabilità di centrare gli Obiettivi.



 Ricorda: senza aver definito la Prima Strategia, potresti avere funzioni aziendali disallineate tra loro.

Se l'azienda è piccola, prova ad assegnare KRI invece di OKR: s intende un indicatore di rischio connesso con il raggiungimento di almeno un obiettivo.

Una cascata di Strategie

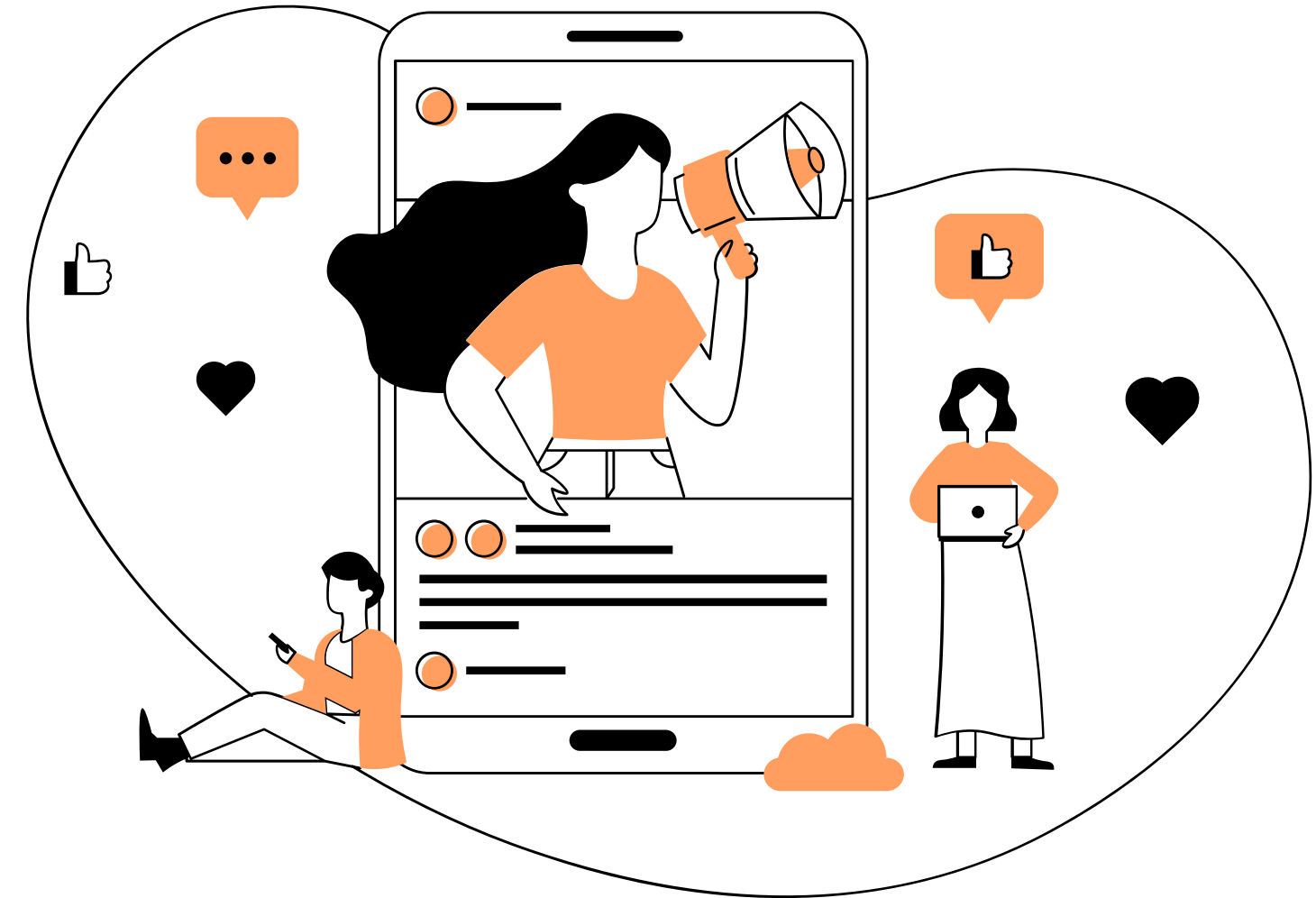
Un'azienda non è altro che un insieme di persone con un obiettivo in comune.

La metodologia OKR ci aiuta a raffigurare l'azienda come un insieme di Strategie, ognuna con il proprio Obiettivo Chiave.

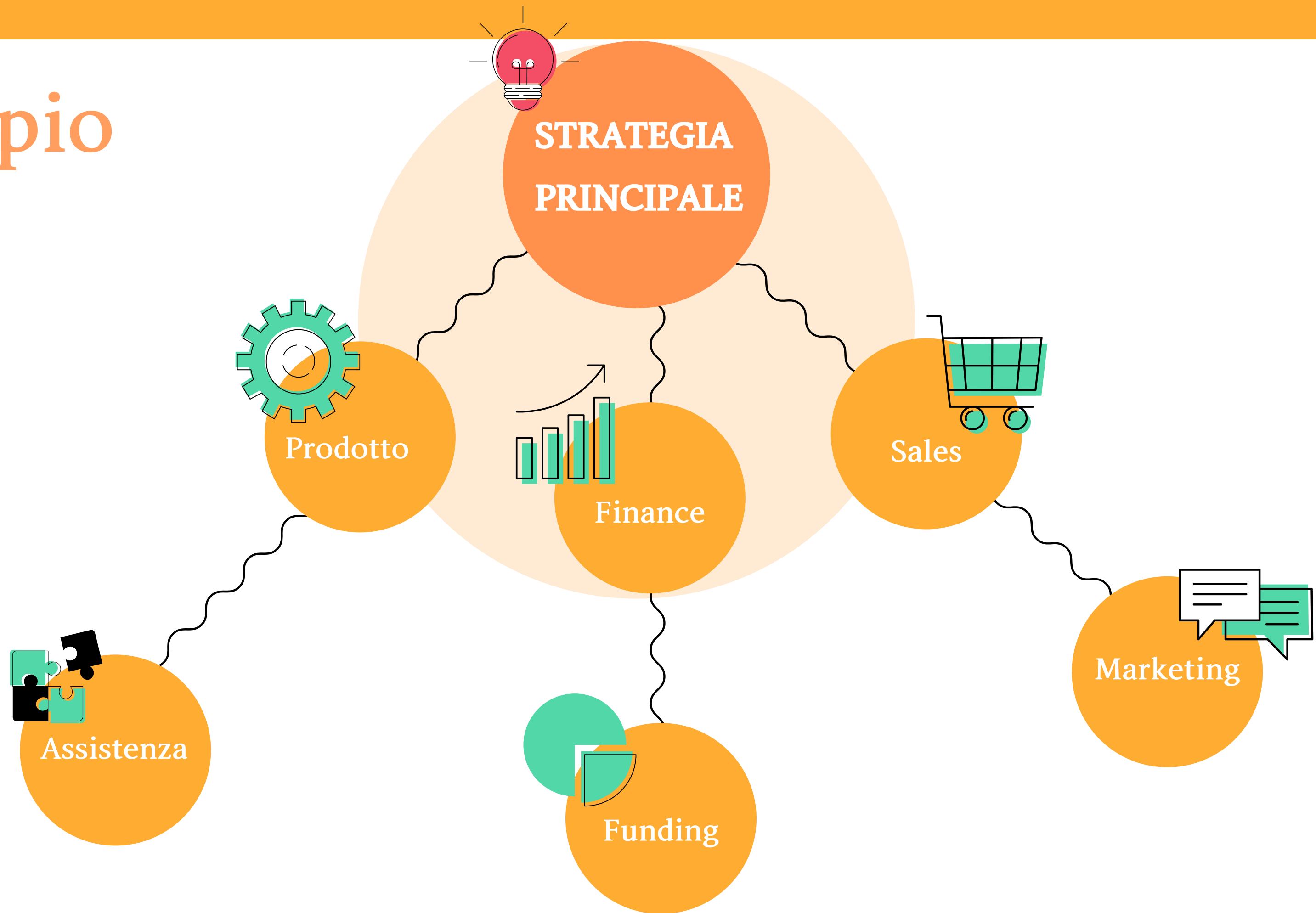
Dalla Prima Strategia derivano quindi la strategia commerciali, di marketing, di produzione ecc.

Ognuna avrà al massimo 2 OKR, assegnati a specifiche Persone.

Non è obbligatorio mantenere la stessa scadenza né periodicità.
Poche regole per farti restare concentrato sugli Obiettivi!



Esempio



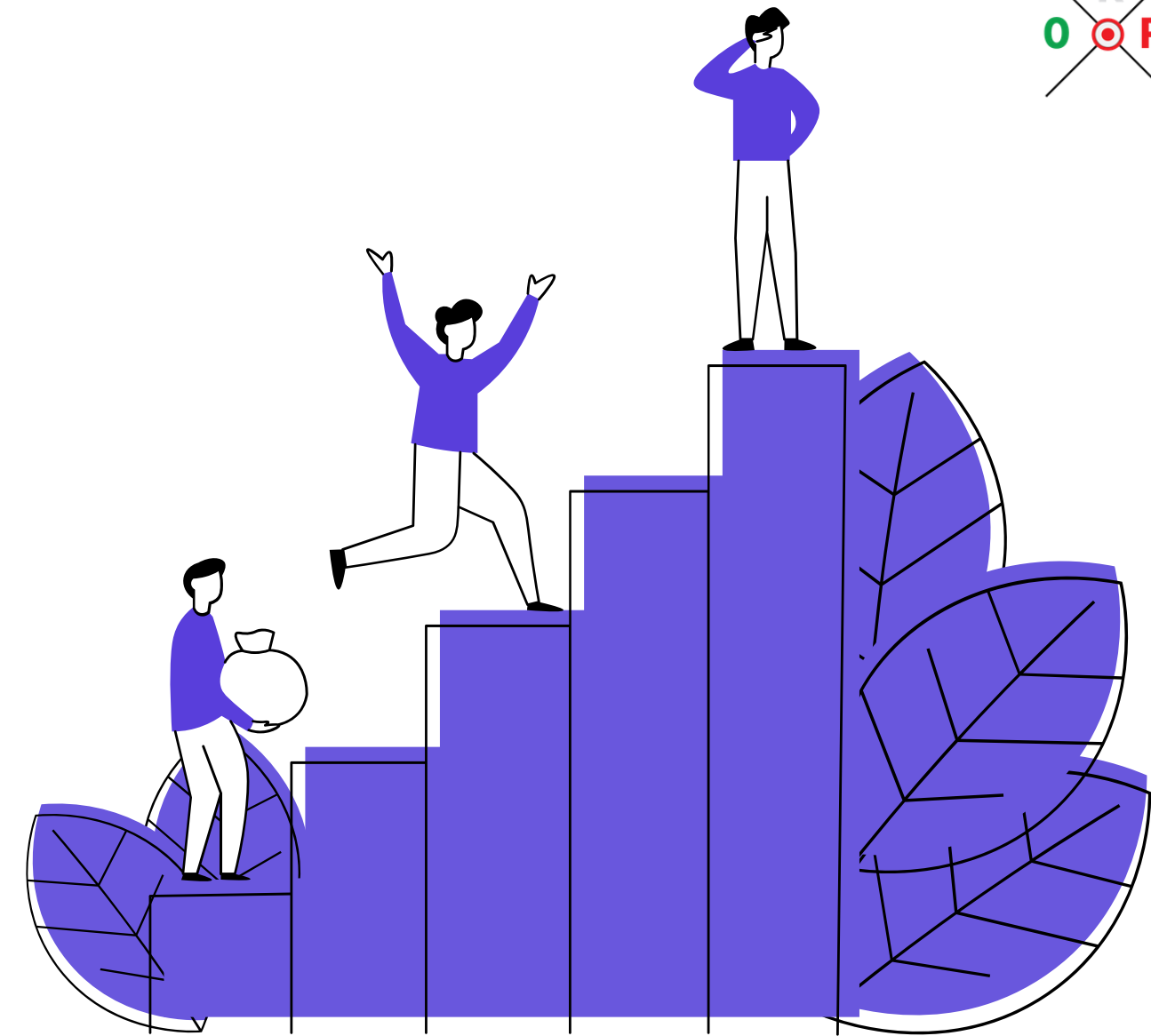
Gli Sprint definiscono ogni periodo di monitoraggio

Al termine di ogni Sprint tutte le Persone coinvolte si riuniscono per tracciare e analizzare i risultati.

Alla scadenza dello Sprint, vengono tracciati per ogni Strategia i risultati prodotti. Il momento di Reporting (mensile o trimestrale) deve essere effettuato separatamente per ogni Strategia:

- riunisci tutte le Persone a cui è stato assegnato un OKR
- traccia gli indicatori
- analizza le cause di quel risultato (qualche rischio si è avverato?)
- definisci il nuovo OKR per lo Sprint successivo

L'analisi delle cause è essenziale per aggiustare le Iniziative in corso, aggiungendone di nuove o rendendo quelle attuali più efficaci.



Ricorda: né i feedback verso le Persone né gli incentivi economici trovano spazio durante il report.

I feedback appartengono ai 1-to-1 meeting 🖱️-incontri molto più frequenti dei report (ogni 2 settimane) tra Persona e manager. [Ci sono articoli sui 1-to-1 qui.](#)

Associarsi è gratuito!

Risolvi ogni dubbio e raggiungi i tuoi Obiettivi Chiave supportato dalla community: diventa socio AIOKR.

www.italiaokr.it (portale privato).

www.associazioneitalianaokr.it (sito web).

