

# *I plus ed il valore totale di EMBED*



# **E.M.B.E.D.**

## **Effective**

*supporto focalizzato, situato, specifico e con impatto sui risultati...*

## **Management**

*... all'azione dei manager e team responsabili della*

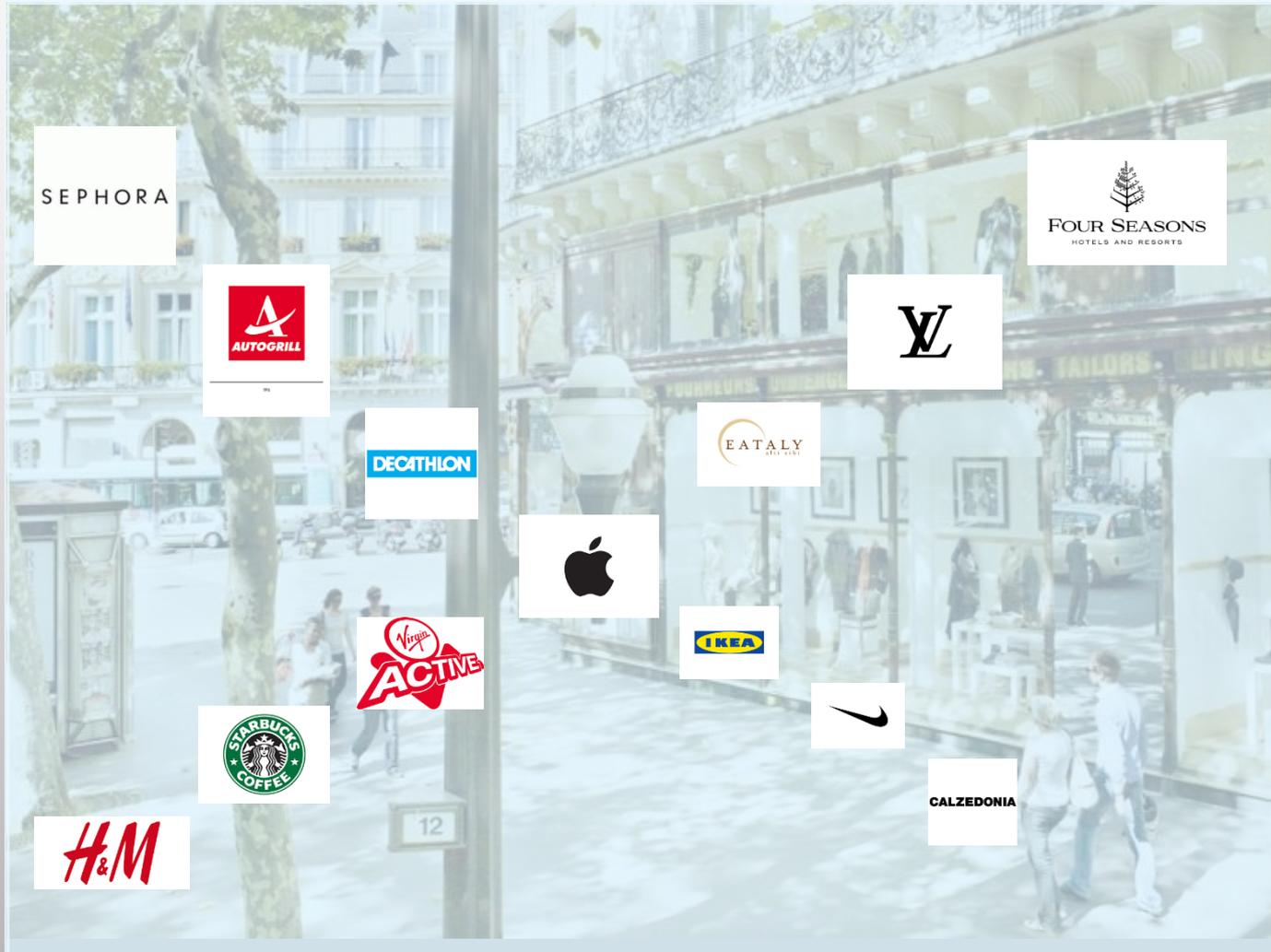
## **Branded Experience Delivered**

*... esperienza di relazione effettivamente riconosciuta dal cliente*

# **EMBED**

*riassume le modalità chiave - integrazione, unicità, specificità - del nostro «approccio dall'interno»*

# 1. Lo scenario: «Branded customer experience»



## 2. La sfida..

**EMBED** è pensato per i **business** caratterizzati da:

- alto contenuto di **relazione** e di presidio della «**customer experience**»
- alta **diffusione/dispersione** territoriale
- forte azione di «**branding**» dal centro
- alta **strutturazione processi di gestione** del business
- alta **rilevanza del teamwork** negli staff «locali»
- impatto **decisivo** dell'azione di **management** «**locale**»

... e che sperimentano la sfida di:

- **massimizzare l'efficacia di comunicazione, allineamento ed engagement** centro-periferia;
- **supportare l'azione manageriale** necessaria per l'execution delle persone nel **punto vendita**;
- **migliorare** le performance e le soft skills dei **team «locali»**;
- dare un segnale di «**vicinanza**» ai propri «**key people**» sul territorio.

Il valore dell'experience branding» dal centro

La rilevanza del People Management

L'intensità relazionale della customer experience

Il contributo individuale/team nell'execution



La sfida di «**execution**» del team «**locale**», chiamato a bilanciare l'allineamento alle strategie del «centro» con la specificità dei contesti locali ed il «**QUI ed Ora**» nella relazione con il cliente.

### 3. La proposta **EMBED...**

*E' un intervento*

**DEDICATO ALLA RETE E PROGETTATO CON IL CLIENTE**

*che garantisce:*

- ❑ **Un consulente («People Effectiveness Partner») dedicato per ogni manager;**
- ❑ **Un team di consulenti con professionalità ampie ed un articolato mix di leve di intervento nel «qui ed ora»;**
- ❑ **un impatto visibile sul risultato attraverso**
  - ✓ **Design specifico**
  - ✓ **Team PEP integrato**
  - ✓ **Regia e steering strutturati con il cliente**

## 3.1 «People Effectiveness Partner» dedicato..

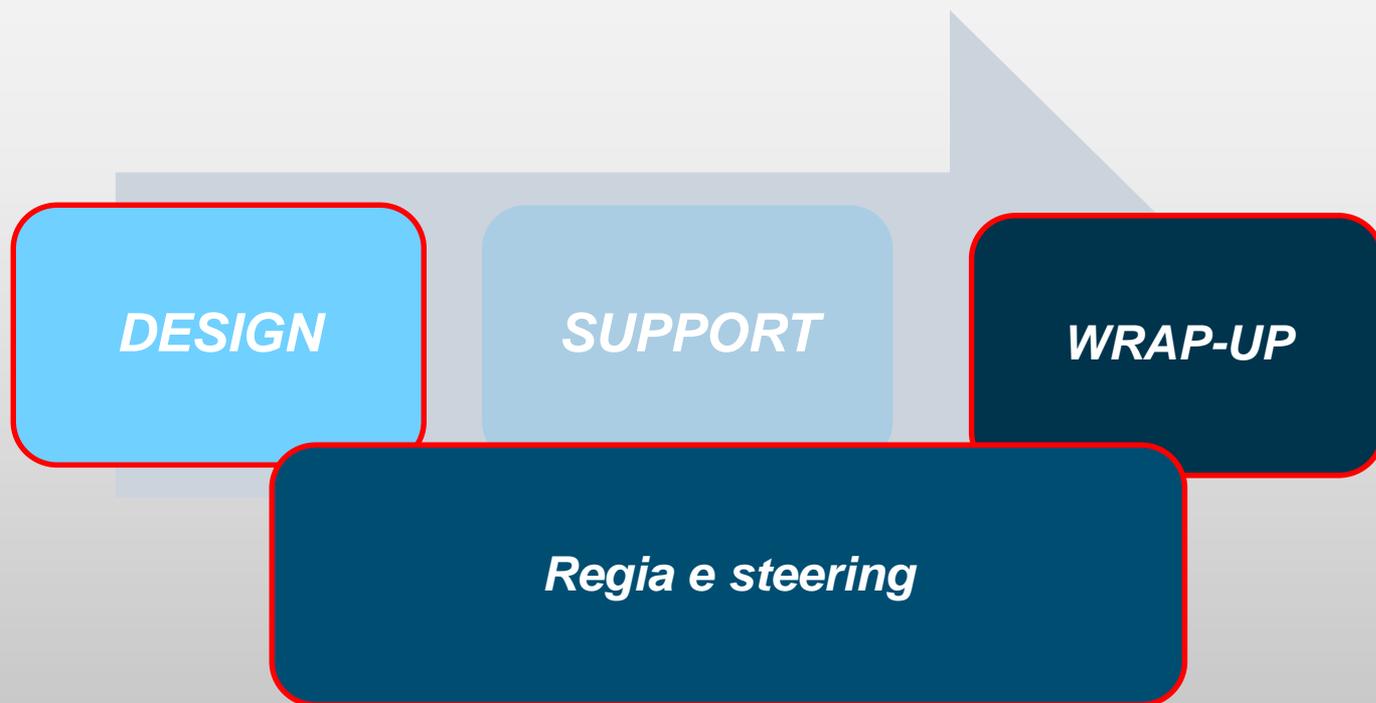
- **Il PEP lavora nel «qui e ora» per la massima comprensibilità ed efficacia;**
- **Agisce ed è percepito come un vero e proprio aiuto dedicato: pone il manager locale al centro del proprio intervento**
- **fa da «trait-d'union» tra centro e periferia sui temi di people management (ruoli e responsabilità, skill, performance, engagement, motivazione...)**
- **Affronta in presa diretta problemi reali, vivi e attuali per ottenere la massima motivazione all'azione e applicazione delle soluzioni;**

## 3.2 Professionalità ampie con un vasto mix di leve

- Il profilo dei professionisti di **EMBED** integra **la capacità di comprensione dei problemi** e delle specificità del business **con competenze ampie di intervento** sulle persone e i team.
- Il «PEP» **deve possedere una professionalità trasversale** sulle aree critiche di intervento **per offrire un supporto efficace nel «qui e ora»**



## 4. Il percorso



## 4. Il percorso..

DESIGN

<b>Attività</b>	<b>Obiettivi</b>	<b>Modalità</b>
<i>Interviste al management</i>	<i>Comprensione del business e delle sfide specifiche</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Interviste con la dirigenza</i></li><li>• <i>Ricerca etnografica</i></li></ul>
<i>On-boarding dei consulenti</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Definizione e messa in campo del team di consulenti.</i></li><li>• <i>Modalità di attivazione e gestione</i></li><li>• <i>Allineamento dei PEP su specificità di business e dell'organizzazione</i></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Open day in azienda con inviti a persone di livello diverso;</i></li><li>• <i>Incontri con la dirigenza;</i></li><li>• <i>«Group chat» consulenti-direzione</i></li><li>• <i>Costituzione «Steering Committee»</i></li></ul>
<i>Induction key-people</i>	<i>Ingaggiare i key people (capi filiale/capi negozio)</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Riunione presidiata dalla consulenza e dal top-management</i></li><li>• <i>Presentazione delle attività</i></li><li>• <i>Stand-up meeting a gruppi di 7/8 persone (e/o one to one) per evidenziare aspettative/perplexità</i></li><li>• <i>Lancio «group chat» key people-team di consulenti</i></li><li>• <i>«Chemistry making» con i key people</i></li></ul>

## 4. Il percorso..

REGIA

Attività	Obiettivi	Modalità
Pianificazione	<ul style="list-style-type: none"><li>Definire la frequenza e la cadenza delle visite</li><li>Focalizzare le attività da monitorare durante le visite: processi, procedure, ruoli.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Definire e condividere l'agenda con il management</li><li>Pianificare un'agenda parzialmente «on-demand», evitando modalità «vigili del fuoco»</li><li>Programmare visite anche con modalità «mystery» e/o a sorpresa</li></ul>
Reporting	<ul style="list-style-type: none"><li>Condividere i risultati emersi dalle visite;</li><li>Pianificare ed attivare i cantieri di sviluppo nelle filiali/negozi.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Incontri con il management</li></ul>

### KEY POINTS

- Una visita di **1/2 giornata al mese** a store per **circa 10 mesi**.
- Attivato dal cliente**, ma non chiamata “pompieri”.
- Regolare** per garantire continuità, ma non troppo **vincolante!**
- Mantenere **l'equilibrio** tra regolarità e vincolo. No “hot line” no «giro visita»
- Steering committe** formato cliente e PvL

## 4. Il percorso...

SUPPORT

<b>Attività</b>	<b>Obiettivi</b>	<b>Modalità</b>
<b>Visite</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Ingaggiarsi su impegni reciproci</i></li><li>• <i>Effettuare interventi migliorativi (coaching e team coaching)</i></li><li>• <i>Installare microprocessi HR (riunioni, feedback...)</i></li><li>• <i>Dare supporto e soluzioni a situazioni problematiche</i></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Visite di mezza giornata con interventi programmati o su situazioni «a caldo», anche con modalità «mystery» e «a sorpresa»</i></li></ul>
<b>Condivisione evidenze</b>	<b>Socializzare le esperienze e sostenere i più «tiepidi»</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>«Group chat»</i></li><li>• <i>Comunicazioni «di routine» tra le filiali</i></li></ul>

## 4. Il percorso

<i>Attività</i>	<i>Obiettivi</i>	<i>Modalità</i>
<i>Knowledge sharing</i>	<i>Condividere le «prassi distintive»</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Workshop con i capi filiali/negozio</i></li><li>• <i>«Champions» e «teachers» aziendali</i></li><li>• <i>Diffusione in group chat o social platform</i></li></ul>



## 5. I plus ed il valore totale di EMBED



## 6. Case study



## Chi.....

*Una multinazionale, tra le maggiori nell'industry del fitness, vuole migliorare e omogeneizzare i processi e gli «stili» di gestione e di sviluppo delle persone nelle filiali.*

*Mediante visite che comportano sia shadowing che coaching ai General Manager e ai Team, si condividono i feedback su template visibili on line, con la creazione di una specifica chat room. Particolare attenzione viene dedicata ai processi del «succession planning» dei General Manager e di valutazione delle performance dei Manager.*

*Viene progettato, insieme ai vertici aziendali, un percorso di «coaching situato» della durata di 1 anno che coinvolge 22 capi filiale (General Manager) e più indirettamente i loro 100 manager.*

## *I risultati....*

*L'outcome complessivo è costituito da un miglioramento e da una omogeneizzazione dei processi/risultati HR (feedback di sviluppo e correttivi, valutazione delle performance e dei comportamenti) in circa l'80% dei manager.*

*Il miglioramento e l'allineamento delle performance individuali dei General Manager è supportato da un nuovo modello di valutazione delle competenze, reso più efficace dallo sguardo «esterno» dei coach.*