AZIENDE DI SUCCESSO E CLIENTI

Alcuni dei nostri partner a rappresentanza dei diversi settori industriali

"L'approccio Staufen allo Shopfloor Management, sebbene abbia una struttura ben definita, non impone degli standard ma li adatta alla realtà aziendale ascoltando e coinvolgendo il personale, permettendo il raggiungimento degli obiettivi consolidando il cambiamento."

Sergio Fandella, Managing Director
Novem Car Interior Design Spa

"Lo ShopFloor Management ha dato una risposta strutturata a precise esigenze della nostra azienda, come il visualizzare e l'indirizzare velocemente le informazioni e le decisioni nell'organizzazione e verso il cliente, oltre che migliorare la capacità di comunicazione dei Team Leader ed il coinvolgimento dei team nel miglioramento. È la rete di comunicazione adatta ad una organizzazione che vuole essere Lean."

Martin Benoliel, Managing Director
Endress+Hauser Sicestherm srl

"Lo ShopFloor Management è lo strumento per far interagire tutta l'azienda focalizzando le risorse su obiettivi coerenti e sinergici, sulla emersione e gestione dei problemi e sulla crescita delle persone. L'azienda non è più vista come insieme di singole entità ma come un processo dove le gestione dei problemi diventa un'opportunità di miglioramento."

Alessandro Bressan, Direttore di Produzione
Pama Spa

STAUFEN.ITALIA srl
Consulenza.Formazione.Investimenti

Via Tranquillo Cremona 5
I-20145 Milano
+39 02 87 08 67 18-26
contatti@staufen.it
www.staufen.it

STAUFEN.AG
Consulting.Academy.Investment

Blumenstraße 5
D-73257 Köngen
+49 7024 8056 0
contact@staufen.ag
www.staufen.ag

STAUFEN.

INSIDE EVERY COMPANY
THERE IS AN EVEN BETTER ONE.

SHOP FLOOR MANAGEMENT

LA LEADERSHIP IN FABBRICA

STAUFEN.

Lo ShopFloor Management supporta la Lean Transformation stabilizzando i processi aziendali.

Lo ShopFloor Management è decisivo nell'eliminazione rapida delle anomalie garantendo un percorso decisionale chiaro e condiviso fra i vari livelli e funzioni aziendali. Il Problem Solving è efficace grazie all'inversione del classico concetto piramidale per il quale non sono i collaboratori che supportano il responsabile ma è il manager nel Genba ad accogliere escalation a problemi che il suo team non ha la possibiltà di risolvere in autonomia.

Ogni persona che guidi un team deve avere coscienza dei compiti che il suo ruolo richiede: alcuni di carattere preventivo, come la validazione dei processi per assicurare gli standard, ed altri di carattere reattivo, come revisionare regolarmente gli scostamenti dai target ed avviare il conseguente processo di miglioramento. Per rendere più agevole il lavoro del gruppo e non farsi carico delle attività operative (micro-management), si deve puntare su di una adeguata responsabilizzazione dei collaboratori in modo da spostare la risoluzione dei problemi al più basso livello possibile. Il manager avrà perciò più tempo da investire su attività di miglioramento.

Per questo serve un approccio gestionale che fornisca al personale un sostegno continuo nelle attività, nell'individuazione delle necessità di azione e nella definizione delle priorità. Per farlo bisogna costruire processi comunicativi che gestiscano le informazioni in modo strutturato, coerente e trasparente.

Lo ShopFloor Management basa il suo successo sullo sviluppo di due fattori chiave:

Strumenti

- Infocenter direttamente sul campo
- Regolare revisione degli indicatori e degli standard
- Modelli per l'analisi delle cause e risoluzione strutturata dei problemi
- Regole di escalation chiare e condivise

Comportamenti

- Relazione Mentor-Mentee
- Go, See and Help
- Approccio Kata al miglioramento continuo
- Responsabilizzazione e non delega
- Relazione cliente interno – fornitore interno

"Go and See" invece di "meet and mail"

Mentoring e feedback invece di "comanda e controlla"

Trasparenza e immediatezza dei dati invece che report e database privati

Collaborazione su processo a valore invece di approccio per funzione

Lo ShopFloor Management punta sulla semplicità del sistema di visualizzazione degli indicatori fondamentali in modo tale da permettere al personale di aggiornare i dati velocemente e soprattutto al manager, grazie all'evidenziazione dello scostamento dal target, di poter riconoscere la necessità di azione a prima vista e di monitorare il grado di implementazione delle soluzioni. Tutto ciò facilita, per l'intera azienda, la comprensibilità del processo e la gestione dei cali di performance.

La visualizzazione, tuttavia, non è da sola sufficiente per ottenere risultati eccellenti se non si arricchisce con un flusso comunicativo coerente fra i livelli e le funzioni aziendali.
Lo ShopFloor Management si distingue da altri approcci gestionali per il fatto che vengano svolti dal leader degli incontri brevi e frequenti con il suo team per scambiarsi informazioni al fine di analizzare e correggere le deviazioni il prima possibile. E se il problema risulta fuori dalla portata del team, il leader è messo nelle condizioni di poterlo portare in escalation al livello superiore così da garantire una presa in carico definitiva della problematica anziché lasciarla cronicizzare.

I vantaggi e benefici dello ShopFloor Management

- Comunicazione tempestiva ed efficiente
- Maggiore visibilità sulle deviazioni tra pianificato e risultato reale
- Tempi rapidi di risposta agli scostamenti
- Riduzione del pompieraggio e risoluzione dei problemi definitiva con l'eliminazione della cause alla radice
- Individuazione sistematica dei potenziali di miglioramento
- Crescita di consapevolezza del ruolo dei Leader
- Apprendimento di competenze per l'interazione ottimale con i collaboratori
- Rafforzamento dell'auto-disciplina nei gruppi di lavoro
- Aumento del coinvolgimento e della motivazione

La cultura aziendale non si compra ma si sviluppa

ShopFloor Management non è solo supporto strumentale. Per sfruttare a pieno i benefici che la sua implementazione comporta, sono indispensabili disciplina ed impegno da parte del management anche nel modellare i propri comportamenti. I manager vengono accompagnati nel percorso verso una Leadership basata non solo sull'utilizzo degli strumenti ma, anche e soprattutto, sull'interazione con i propri collaboratori.
STAUFEN. come Partner nel processo di trasformazione interpreta contestualmente tre ruoli:

- **Trainer:** inizialmente per la formazione dei manager sui temi e sui valori del Lean e della Leadership, poi per l'applicazione pratica di ciò che è stato visto in "teoria".
- **Consulente:** al momento della progettazione e costruzione degli strumenti che compongono il sistema è fondamentale essere affiancati dall'esperienza diretta in campo per la determinazione di metodi e strumenti.
- **Coach:** senza un'intensa fase di coaching e addestramento lo ShopFloor Management rischia di risultare instabile e di non generare rapidamente risultati duraturi.