

1. Da dove

Origini e finalità del progetto Cerco®

Nasce dall'intuizione di un gruppo di professionisti della consulenza, italiani ed europei, per offrire ad Aziende ed Enti, Privati e Pubblici, Media Impresa, un **progetto completo** di indagine di clima aziendale per rilevare, interpretare e intervenire sulle variabili che influenzano il **benessere**, la **motivazione** e la **qualità organizzativa**.

2. Quali

Le aree di intervento dell'Indagine Cerco®

Un'indagine di clima aziendale Cerco® permette all'Azienda di **ascoltare** in modo tempestivo e affidabile:

Vissuto (l'influenza del passato)
Percezioni (lo stato attuale delle cose)
Aspettative (il futuro desiderato)

dei Collaboratori, attivando con essi un canale privilegiato per cogliere gli elementi cruciali che possono ostacolare il business

Vissuto

Percezioni

Aspettative

3. Come

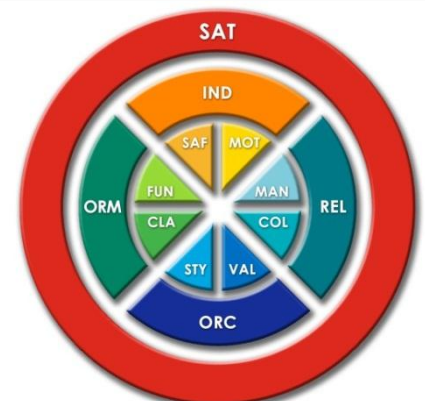
Il metodo CODS® usato nell'analisi dei temi

Il comitato scientifico Cerco® ha elaborato, sulla base delle esperienze maturate nel corso degli anni, un modello di rilevazione denominato **CODS® (Concentric Organizational Diagnosis System)** articolato su 8 fattori concentrici che permettono di entrare con **estrema precisione** all'interno della complessità organizzativa:

IND (Individual): Percezioni individuali
SAF (Safety): Sicurezza e stabilità aziendale
MOT (Motivation): Motivazione
REL (Relations): Rapporti tra le persone
MAN (Managers): Rapporti con i capi
COL (Colleagues): Rapporti tra colleghi
ORC (Organizational Culture): Cultura organizzativa
VAL (Values): Valori e appartenenza
STY (Styles): Stili e comportamenti
ORM (Organizational Model): Modello organizzativo
CLA (Clarity): Chiarezza organizzativa
FUN (Functionality): Funzionalità organizzativa

La possibilità inoltre di scegliere la modalità di questionario a **48 o 96 item**, garantisce al Committente **due progressive sensibilità di approfondimento** dei temi.

SAT (Satisfication) Soddisfazione generale	IND (Individual) Percezioni individuali	SAF (Safety): Sicurezza e stabilità aziendale MOT (Motivation): Motivazione
	REL (Relations) Rapporti tra persone	MAN (Managers): Rapporti con i capi COL (Colleagues): Rapporti tra colleghi
	ORC (Organizational Culture) Cultura aziendale	VAL (Values): Valori e appartenenza STY (Styles): Stili e comportamenti
	ORM (Organizational Model) Modello organizzativo	CLA (Clarity): Chiarezza organizzativa FUN (Functionality): Funzionalità organizzativa



CODS®
Concentric Organizational Diagnosis System
© 2012 Cerco by Adema - All rights reserved

4. Chi

Chi può fruire di un'indagine Cerco®

Potenzialmente **ogni Organizzazione (Azienda o Ente pubblico o privato)** ha **interesse a conoscere** che aria tira al proprio interno:

Piccole Imprese, Reparti, Divisioni: dove il rapporto ravvicinato con i collaboratori, toglie lucidità di analisi e intervento al titolare e al management

Medie e grandi Imprese: dove il rapporto decentrato e la polverizzazione sul territorio fa perdere sensibilità all'azione di controllo del Management

Small

Medium

Large

5. Quando

Il momento giusto per fare l'indagine Cerco®

L'indagine di clima aziendale Cerco® può essere realizzata in diverse fasi della vita organizzativa:

Benessere: quando le cose vanno bene per capire come mantenerle e migliorarle

Change: quando c'è un cambio di vertice ed è necessario capire come stanno le cose

Malessere: quando le cose vanno male ed è necessario intervenire tempestivamente

Benessere

Change

Malessere

Con la modalità **Osservatorio** è possibile inoltre **monitorare** ad **intervalli regolari**, (12-18 mesi) con strumenti **comparabili tra loro** (medesimo questionario) e una **configurazione di costi vantaggiosa** (scala sconti per ogni replica) l'evoluzione e i trend delle variabili particolarmente cruciali.

Osservatorio

6. Cosa

Gli strumenti di lavoro che produce l'indagine Cerco®

Per decidere il Committente ha bisogno di materiali dai **contenuti chiari** e di strumenti operativi di **facile utilizzo**. Nessun tecnicismo inutile quindi nella documentazione a corredo dell'indagine (*), ma supporti fruibili ed intuitivi che semplificano al massimo l'utilizzo.

Presentazione generale: comunicazione complessiva (MS PowerPoint) delle risultanze dell'indagine per l'informazione plenaria a tutta la struttura.

Presentazioni specifiche: comunicazioni (MS PowerPoint) a livello di singolo dipartimento

Raccolta dei grafici: collezione dei documenti in formato cartaceo A4 su cui i ricercatori hanno operato l'analisi e tratto le conclusioni.

Corpus della ricerca: collezione tutto il materiale dell'indagine, gli strumenti di metodo, la descrizione e l'interpretazione dei dati e gli strumenti d'intervento suggeriti dalla Consulenza come priorità operative

CD riassuntivo: supporto informatico contenente tutto la documentazione

Folder personalizzato: che raccoglie in modo razionale e facilmente accessibile, tutto il materiale rilasciato



7. Perché

Quali ragioni per fare ora l'indagine Cerco®

Le variabili in gioco nell'Organizzazione possono diventare più complesse ogni giorno che passa: l'indagine Cerco® garantisce tempi e modi di intervento precisi e pianificabili. Il percorso **Completo** che prevede i maggiori approfondimenti scientifici, dura al massimo **90 giorni di calendario**, al termine dei quali il Management aziendale ha in mano tutti gli strumenti di conoscenza e intervento. La formula a pacchetto garantisce inoltre anche l'eventuale supporto all'area **organizzativa** e **comunicativa**.

Base

Progettazione indagine, somministrazione questionario, presentazione di dati e grafici

Avanzato

Organizzazione logistica della ricerca e interventi di presentazione alla Struttura

Completo

Interpretazione degli esiti e formulazione ipotesi di lavoro per il piano di sviluppo

(*) Ogni versione dell'indagine ha una specifica configurazione del materiale rilasciato