

POLITICA PER LA QUALITÀ

VISION

Orientamento strategico di fondo: “disegno” del tipo di azienda che vorrebbe essere

“Non vince l’azienda più forte o più potente ma quella che dimostra una maggiore capacità di adattarsi al mercato”

Un’eventuale cristallizzazione della VISION nel tempo potrebbe essere una causa determinante della dissoluzione dell’azienda. Infatti, spesso la capacità di adeguarsi ai cambiamenti diventa la condizione fondamentale per posizionarsi rapidamente sul mercato in condizioni di vantaggio competitivo e di soddisfacente redditività. Pertanto l’azienda innovativa sceglie di definire chiaramente la vision del tipo di azienda che può diventare.

Essere un’azienda leader nel settore automotive.

Raggiungere alti standard di redditività, competitività e di qualità.

MISSION

Modalità con cui si intende raggiungere la VISION.

Rappresenta il percorso ideale a cui l’azienda aspira per garantire la sopravvivenza sul mercato nel tempo.

Tale percorso diventa un mezzo informativo e di condivisione delle idee con l’organizzazione interna.

La mission assume il ruolo di emblema degli obiettivi di lungo periodo e facilita il management nel coordinamento e nella gestione dei sottosistemi aziendali.

Il processo decisionale che porta alla determinazione degli obiettivi rappresenta uno degli strumenti più potenti del management: infatti, mediante l’esplicitazione della mission si favorisce un processo di miglioramento. Tali obiettivi rappresentano l’esplicitazione del fine aziendale e si focalizzano sugli sforzi che si rendono necessari per conseguirlo.

Per questa ragione la mission ha un campo più ristretto rispetto alla vision, quindi è più concreta e facilmente visualizzabile in quanto viene tradotta in un sistema di obiettivi misurabili e conseguibili.

- 1. Mantenere il Sistema di Gestione per la Qualità in accordo alla norma ISO 9001:2015**
- 2. Ampliare il proprio mercato con attenzione sulle tecnologie emergenti, per individuare le soluzioni tecniche innovative, economicamente sostenibili, che consentano la messa a punto di nuovi prodotti.**
- 3. Assicurare che sia effettuata l’analisi del contesto, individuando i requisiti, i rischi, le opportunità e le strategie.**
- 4. Accrescere la cultura della soddisfazione del Cliente in ottica di miglioramento continuo**
- 5. Assicurare che il personale sia adeguatamente coinvolto con le problematiche della qualità e con l’attuazione del sistema qualità.**
- 6. Assicurare che il personale sia adeguatamente preparato (competenza e consapevolezza).**
- 7. Garantire il corretto passaggio di informazioni a tutti i livelli aziendali.**
- 8. Collaborare con i fornitori per migliorare il livello qualitativo delle forniture.**
- 9. Fornire supporto tecnico altamente qualificato ai propri clienti.**
- 10. Prestare attenzione alle problematiche legate alla salvaguardia dell’ambiente, della sicurezza e rispetto delle relative leggi e obblighi di conformità.**