

## BIBLIOTECA

### Tecniche e strumenti di problem solving

#### **Problem solving**

Benvenuti in questa videolezione sul problem solving efficace.

Quando le nostre azioni generano effetti diversi da quelli attesi, o più in generale quando le cose non vanno come vorremmo, diciamo comunemente che abbiamo un problema.

Il processo psicologico ed emozionale che adottiamo per risolvere un problema è quello che possiamo chiamare Problem solving, che assume particolare importanza anche nel processo che ne consegue, cioè quello che porta a prendere delle decisioni: il Decision making.

Nel momento in cui siamo in grado di riconoscere di avere un problema, raggiungere gli obiettivi che ci portano a risolverlo resta solo una questione di metodo.

#### **PROBLEM SOLVING EFFICACE: LA TECNICA F.A.R.E.**

Una delle tecniche più utilizzate a questo scopo è quella che viene riassunta nell'acronimo F.A.R.E. che racchiude i 4 passi fondamentali del problem solving:

- focalizzare
- analizzare
- risolvere
- eseguire

#### **FASI, OPERAZIONI MENTALI e RISULTATI**

Ad ognuna di queste fasi, possiamo far corrispondere una serie di operazioni mentali che ci portano passo passo ai risultati attesi e dunque alla risoluzione del problema stesso. Vediamo insieme come...

Nella prima fase - **FOCALIZZARE** - andiamo a definire il problema con una serie di **operazioni mentali** che sono:

- stilare un elenco di problemi
- selezionare il problema principale
- verificare e definire questo problema

Queste operazioni ci permetteranno, come **risultato**, di fare una descrizione scritta del problema.

Una volta messo nero su bianco, possiamo passare alla fase successiva, cioè **ANALIZZARE** il problema:

- decidere cosa è necessario sapere
- raccogliere i dati utili all'analisi del problema stesso

- determinare i fattori rilevanti

A questo punto possiamo focalizzare i valori di riferimento e fare un elenco dei fattori critici.

Con la terza fase, cerchiamo di **RISOLVERE** il problema e per farlo proviamo a:

- generare soluzioni alternative
- selezionare una tra le soluzioni trovate
- e sviluppare un piano di attuazione

A questo punto saremo in grado di Descrivere la soluzione del problema che abbiamo scelto e di organizzare un piano di attuazione.

Infine, non ci resta che **ESEGUIRE**:

- impegnandosi a raggiungere il risultato aspettato
- eseguendo il piano che abbiamo deciso di seguire
- e monitorando l'impatto durante la sua implementazione

Come risultato avremo:

- impegno organizzativo
- il Piano eseguito
- e la possibilità di valutare i risultati finali

Si può usare questa tabella per la produzione

FASI	OPERAZIONI MENTALI	RISULTATI
Focalizzare	Selezionare il problema Verificare e definire il problema	Descrizione scritta del problema
Analizzare	Decidere cosa è necessario sapere Raccogliere i dati di riferimento Determinare i fattori rilevanti	Valori di riferimento Elenco dei fattori critici
Risolvere	Generare soluzioni alternative Selezionare una soluzione Sviluppare un piano di attuazione	Descrizione della soluzione del problema Piano di attuazione
Eeguire	Impegnarsi al risultato aspettato Eeguire il piano Monitorare l'impatto durante l'implementazione	Impegno organizzativo Piano eseguito Valutazione dei risultati

Per riassumere, dunque, la tecnica del F.A.R.E. individua quattro fasi la cui esecuzione dovrebbe aiutare a gestire i problemi:

- 1) **F = focalizzare**, è la fase in cui si individua il disagio e si seleziona il problema specifico su cui concentrarsi, eliminando tutti gli elementi che non sono direttamente pertinenti
- 2) **A = analizzare**, il solutore decide quali siano gli elementi, raccoglie i dati necessari e determina i fattori rilevanti per la soluzione
- 3) **R = risolvere**, è la fase di genesi di più soluzioni che poi verranno selezionate pensando allo sviluppo concreto di un piano di attuazione
- 4) **E = eseguire**, è la fase esecutiva, per cui ci si impegna al raggiungimento di un risultato atteso, si esegue il piano e si monitora il risultato

## 5W e 2H

Una tecnica altrettanto famosa è riconducibile a Lasswell ed era usata fin dagli anni 30 nel giornalismo.

Si basa su cinque W e due H che schematizzano i passi necessari per affrontare la soluzione di un problema.

I passaggi da effettuare in questo caso sono più che altro delle domande da porsi:

1. What? (Quale?)
2. Why? (Perché?)
3. When? (Quando?)
4. Where? (Dove?)
5. Who? (Chi?)

A queste domande possiamo aggiungere anche:

6. How? (Come?)
7. How much? (Quanto costa?)

Questo metodo è molto efficace per l'organizzazione di piani di azione e permette a tutti i responsabili (e non solo) di portare a termine i propri compiti, definendo chiaramente tutte le voci incluse nel piano.

La sequenza di base per la sua implementazione fornisce una visione generale delle relazioni che indicano chi deve sviluppare il piano d'azione, sia per la definizione e valutazione del **problema**, che per la sua **soluzione**.

Nel primo caso, infatti, **per identificare il problema**, ci chiederemo:

1. Qual è... il problema?
2. Perché... è accaduto?
3. Quando... è iniziato?
4. Dove... è il problema nello specifico?
5. Chi... è coinvolto?
6. Come... appare il problema?
7. E quanto... ci è costato?

Una volta ben definito il problema, andiamo a riprendere lo stesso schema per valutare le soluzioni da adottare per risolverlo. In questo caso ci chiederemo:

1. Quali... azioni bisogna intraprendere? Cosa deve essere fatto?
2. Perché... è necessario trovare una soluzione?
3. Quando... deve essere fatto?
4. Dove... deve essere implementata?
5. Chi... è il responsabile dell'azione da attuare?
6. Come... deve essere implementata?
7. Quanto costa... questa soluzione?

### Strumenti per il problem solving + Canvas di Marketing Freaks








**I principali strumenti che si consiglia di utilizzare per mettere in pratica metodi e tecniche di Problem solving sono:**

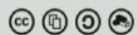
- **I Diagrammi di flusso.** Sono diagrammi utili per visualizzare gli step di un processo. Vicino ad ogni step è possibile mettere degli appunti per capire se potrebbe funzionare o meno e come migliorare il flusso stesso che ci porterà alla soluzione del problema.
- **L'Analisi di Pareto.** È un altro strumento utile. Secondo questo approccio, il principio dice che l'80% dei problemi è generato dal 20% delle cause. Quindi non ci resta che trovare queste cause e classificarle per priorità per poterle poi risolvere.
- **La tecnica 5W2H** che abbiamo appena visto è un altro strumento, utile e snello, che possiamo mettere in pratica semplicemente rispondendo alle relative domande per individuare le principali cause e le possibili soluzioni.
- **Il Brainstorming**, cioè mettere sul tavolo tutte le possibili soluzioni, senza formulare giudizi. Nel design thinking tutti dicono un'idea, la raccontano agli altri e poi ogni idea va inserita in un contesto di gruppo in cui tutti cercano di migliorare quella degli altri per raggiungere soluzioni condivise.
- **Infine, è possibile ricorrere ai diagrammi di causa effetto:** viene disegnata una lisca di pesce dove la testa è il problema.

Un altro strumento utile, da usare sia da soli che in gruppo, sono i Canvas. In rete è possibile trovarne svariati e con varie finalità. Un Problem solving canvas di esempio potrebbe essere così strutturato:

1. si definisce il problema
2. si cerca di capire perché il problema si presenta
3. quali sono i requisiti per una buona soluzione
4. si stila un elenco delle soluzioni
5. si stila un elenco delle risorse necessarie per attuare la soluzione
6. si definisce il test da attivare per la validazione della soluzione
7. e, infine, si definisce anche come intendiamo misurare l'impatto

**Prendere esempio per disegnarlo su Vyond (ha il logo questo)**

PROBLEM SOLVING CANVAS		Name	Date
<b>PROBLEM OR OPPORTUNITY</b> <i>What's going on?</i> 	<b>SOLUTIONS</b> <i>Think about process, content, relationship, technology &amp; functionality</i> 	<b>VALIDATION</b> <i>Pros &amp; Cons</i> 	
<b>DEEP DIVE</b> <i>Why are problem occurring?</i> 			
<b>PREREQUISITE FOR OUTCOME</b> <i>What's a good work?</i> 	<b>KEY RESOURCES</b> <i>What you need to let it become true?</i> 	<b>MEASUREMENT</b> <i>How you can prove it works?</i> 	

MARKETING FREAKS 

Un esempio applicativo di questo canvas a un problema di marketing potrebbe essere questo: un'azienda ha cambiato sito e il suo traffico è crollato. Come affrontiamo questo problema?

Iniziamo con la compilazione del Canvas:

1. **Definiamo il problema e cosa sta succedendo.** Il sito ha un calo di traffico e sono diminuite le connessioni. Questo ha fatto molto arrabbiare il nostro capo e in azienda si è diffuso il panico.
2. **A questo punto cerchiamo di capire perché il problema si è presentato.** Abbiamo troppe pagine con errore 404 e anche se il problema è stato subito individuato, manca una figura di riferimento per poterlo risolvere.
3. **Quali sono i requisiti necessari per risolvere il problema?** Sicuramente aumentare il traffico, farlo in tempi brevi e coinvolgendo tutto il gruppo
4. **Stiliamo poi una lista delle varie soluzioni da attivare per risolvere il problema.** Come analizzare tutte le pagine del sito, consultare gli analytics per definire le priorità e così via
5. **Stiliamo un elenco delle risorse necessarie per attuare la soluzione.** Ad esempio un analista, uno sviluppatore, un investimento sulla SEO...
6. **Definiamo il test da attivare, stilando una lista di pro e contro da considerare.** Ad esempio velocità contro lentezza e così via
7. **E, infine, cerchiamo di capire come possiamo misurare l'efficacia della nostra soluzione.** Monitorando i trend 404, ad esempio...

Prendere esempio per disegnarlo su Vyond (ha il logo questo)

## PROBLEM SOLVING CANVAS

Name \_\_\_\_\_ Date \_\_\_\_\_

### PROBLEM OR OPPORTUNITY

What's going on?

- Il sito ha un calo di traffico e sono diminuite le conversioni
- Il boss è molto arrabbiato perché il problema dura da 3 giorni
- In azienda c'è il panico

### DEEP DIVE

Why are problem occurring?

- Numerose pagine vanno in 404
- Il problema non è stato subito rilevato
- Manca una figura di riferimento

### PREREQUISITE FOR OUTCOME

What's a good work?

- Aumento del traffico
- Tempi veloci
- Soluzione di gruppo

### SOLUTIONS

Think about process, content, relationship, technology & functionality

- Analisi mano di tutte le pagine
- Analisi con Search Console delle pagine che vanno 404
- Analisi Google analytics per sapere quali pagine hanno più priorità
- Dashboard e alert che avvisano quando il problema si ripete

### KEY RESOURCES

What you need to let it become true?

- SEO
- Analista
- Sviluppatore

### VALIDATION

Pros & Cons

- lenta
- Veloce
- No priorità
- Non completa
- Da priorità
- Controllo real time
- Necessita di un tracciamento aggiuntivo

### MEASUREMENT

How you can prove it works?

- # 404
- Trend 404
- Top pagine 404

**MARKETING FREAKS**

Bene, siamo giunti alla fine di questa lezione in cui abbiamo avuto modo di vedere varie tecniche e strumenti di Problem solving strategico ed efficace.

Prova a esercitarti anche tu!

Buon proseguimento...