



AEROSYSTEMS

ASC001

Quality Assurance Course

Year 2022

AEROSYSTEMS - LMS Learning Management System

ASC001 First Issue – Quality Assurance Course
Author: D. Zambra

AEROSYSTEMS S.r.l. – Precision Aerospace Components
Via San Gottardo 4, 21021 Angera (VA) Italy

Indice - Index

ASC001 Syllabus

1. BACK FROM – Cicli di Lavoro
2. FUTURE CHANGES – Il Futuro della ISO 9001
3. CUSTOMER EXPERIENCE – PART 1
4. CUSTOMER EXPERIENCE – PART 2
5. FIRST BLOOD
6. ISO FUTURE CONCEPTS
7. NORMATIVE REFERENCES
8. WHEN
9. PRODUCT SAFETY
10. QAM & QCM
11. LMS – Learning Management System
12. ANGELICA
13. Q&A QUESTIONS AND ANSWERS

Introduction

ASC001 General Introduction

Introduction of AS9100 standard:

- [IAQG International Aerospace Quality Group](#)
- [IAQG OASIS](#) Online Aerospace Supplier Information System & [AIMM](#) Aerospace Improvement Maturity Model
- Third Party Agency ([Kiwa UNAVIAcert](#))
- AS9100 Journey till now and future

AS9100 requirements clauses:

- Emphasis on AS specific requirements under clause nr. 8
- Examples / real-time scenarios and discussion on AS9100 requirements
- Audits & its types:
- Understanding audits & its elements through ISO glossary
- Types of audits

Tools for Auditing:

- Collection of evidences, its techniques
- Check-sheets
- Reporting (iAuditor)
- Audit Phases
- Auditor Qualities
- Questioning techniques
- Non-conformity; approach towards a good NCR writing

Customer Satisfaction and Expectations:

- Website (Company Image, Products and Services, Contact Form, Newsletter)
- Order (PO, Request for Information, Prices)
- Packaging (Delivery Expectations, Unboxing Experience, accessories)
- Installation (Instructions, IKEA example, Tools)
- Use (Easy to use, Easy to Install, Easy to Operate, User Manual)
- Feedback (by Website, by Email, Claims)
- Support (Post Delivery Activities, MRO, Spare Parts, CMM, Support etc.)

Back From



Back From

Cicli di Lavoro (*Cartoni di Lavoro, Schede di Lavorazione, Istruzioni, Cartoni, Traveller, Job Card etc.*).

L'**audit interno** o processo di **internal auditing (IA)** è un'attività professionale verso un'organizzazione per la verifica delle sue procedure. Viene svolta da personale interno che opera in posizione di indipendenza funzionale (QCM / QAM). È uno dei vari tipi di audit che si svolgono nelle grandi organizzazioni ed è finalizzato principalmente alla valutazione e al miglioramento dell'efficienza dell'organizzazione. L'ambito dell'attività è ampio e può riguardare la governance dell'organizzazione, la gestione del rischio, i controlli interni, la protezione del patrimonio, l'attendibilità dei rendiconti finanziari o gestionali e la conformità a leggi e regolamenti. L'audit interno può essere esercitato da professionisti di audit, sia interni che esterni alla organizzazione. L'apparente paradosso di un audit *interno* svolto da un professionista *esterno*, si spiega con il riferimento alla finalità dell'internal audit che è sempre quella di fornire informazioni alla direzione dell'azienda e non a soggetti esterni.

BACK FROM

L'Audit viene spesso eseguito risalendo i processi produttivi, mediante verifiche documentali, dalla consegna al cliente indietro sino all'ordine del cliente. In particolare l'Audit si concentra sui **PROCESSI AZIENDALI** e sulla relativa documentazione: **CICLI DI LAVORO**.



Back From

IO19 First Issue - Production Information

I documenti definiti come tecnici (informazioni tecniche) non sono in genere sufficienti all'immediata realizzazione del prodotto ma devono essere integrati da notizie di dettaglio dei vari processi richiamati, delle attrezzature e strumenti da impiegare, etc., tali informazioni sono definite **Informazioni per la Produzione (Production Information)**.

Il PEM ed i PE in collaborazione con il PM, redigono, compilano ed emettono quindi i documenti che contengono le informazioni necessarie per ottenere il prodotto finale ed in particolare:

- Cicli di Lavoro (sul modello **FF14 Ciclo di Lavoro**);
- Norme di Processo (quando non presente e/o applicabile quella del Cliente);
- Procedure di Test (quando non presente e/o applicabile quella del Cliente);
- Cicli di montaggio dettagliati o Manuali di Montaggio;
- Codici Programmi CNC;
- FAI (quando non presente e/o applicabile quella del Cliente);
- SC Schede di Controllo Dimensionale o Disegni per controlli dimensionali;
- Esplosi, Posters, Immagini, Illustrazioni, etc.

Controllati i dati di progetto l'Organizzazione di Produzione (AEROSYSTEMS) può cominciare a sviluppare i dati di produzione da essi. **Particolare attenzione in questa parte deve essere data a ciò che è relativo a: Aeronavigabilità, Rumore, Fuel Venting ed Emissioni.**

Tutti i dati sviluppati dall'organizzazione di produzione devono essere sottoposti ad un **doppio controllo** da altro personale dell'ufficio tecnico (PE) diverso da quello che li ha sviluppati. Il doppio controllo è dimostrato da una firma apposta vicino a quella del Responsabile di Ingegneria di Produzione sui documenti contenenti i dati.

Avendo, giuste Informazioni per la Produzione sopra elencate, peso determinante sul prodotto finale esse devono essere dichiarate rispondenti ai disegni costruttivi e/o specifiche da parte dei responsabili PE, PM, QCM e PEM. Il QCM interviene, inoltre, su tali documenti per verificare che siano in essi correttamente inserite tutte le operazioni di controllo e le altre informazioni in grado di influenzare la qualità del prodotto. Lo stesso servizio curerà l'eventuale consultazione da parte di personale dell'azienda interessato relativamente alle Specifiche/Procedure/relazioni Tecniche del Cliente.

Il responsabile di Ingegneria di Produzione (PEM), insieme con il Responsabile di Produzione (PM) ed il *Quality Control Manager* (QCM), approvano inoltre le operazioni di controllo (incluse nei Master) utilizzate dai *Certifying Staff* per la verifica di conformità dei prodotti prima dell'emissione del Certificato di Aeronavigabilità (*Release to Service*) *EASA Form1* (vedi AEROSYSTEMS POE).

È responsabilità del QCM effettuare un controllo, durante l'annuale audit al *Quality System*, delle variazioni dei cicli di lavoro emessi precedentemente congelati, e la loro archiviazione. L'Ufficio Tecnico (*Engineering*), sotto la supervisione del Responsabile dell'Ingegneria di Produzione (PE), sviluppa e scrive le informazioni di produzione (CDL Cicli di Lavoro) dai dati di disegno/tecnici.

Back From



Prima della stesura di un CDL Ciclo di Lavoro si esegue un'analisi al fine di:

- individuare le **FASI DI LAVORAZIONE** necessarie;
- segnalare al Cliente eventuali incongruenze ed **errori** valutando la documentazione dallo stesso consegnata a AEROSYSTEMS (disegni, cicli, schizzi, ecc.);
- ordinare **utensili o attrezzature speciali** al fine di ridurre i tempi di realizzazione/approvvigionamento;
- scegliere le **macchine e/o impianti** più idonei.

Le informazioni di produzione sono utilizzate durante il processo produttivo per tracciare lo stato di produzione del componente e per controllare la conformità del prodotto con i cicli e i dati di progetto.

Dopo aver provveduto all'analisi della documentazione tecnica, si provvede alla stesura del Ciclo di Lavoro "Master", **sviluppando in cascata, la sequenza logica di operazioni produttive e di controllo necessarie per la realizzazione e il controllo della parte.**

Nel redigere tali informazioni si terrà conto di:

- Per le "caratteristiche chiave" dovrà essere predisposta e fatta approvare dal cliente tutta la documentazione richiesta dall'ordine, prima della produzione.
- Per specifiche attrezzature, per utensili, per nastri (programmi) per macchine a CNC e calibri o dime di controllo, devono essere richiamati i rispettivi codici identificativi sul ciclo, nell'apposita colonna, nel campo dell'operazione interessata.
- Specifiche istruzioni devono essere richiamate sul ciclo nell'apposita colonna, nel campo dell'operazione interessata (es. Manuali di Workmanship, Istruzioni di dettaglio e Manuali di Montaggio, etc.).
- Le operazioni di controllo qualità devono essere inserite in corrispondenza delle fasi di lavorazione.
- Le indicazioni per la prevenzione, l'individuazione e la rimozione degli oggetti estranei, quando applicabile (*FOD Foreign Object Damage*).
- Ambiente di Lavoro, adeguatezza dei servizi di impianto.

Gli Originali Master dei modelli delle informazioni di produzione (sotto forma di CDL Ciclo di Lavoro in formato cartaceo) sono conservati negli archivi di AEROSYSTEMS (Cicli di Lavoro Master).

I Cicli Master (o altre Informazioni Documentate di Produzione) devono essere:

- Sviluppati: dal *Product Engineering* (PE) staff;
- Sviluppati: dal Responsabile di Produzione (PM) mediante Firma;
- Verificati: dal *Quality Control Manager* (QCM) mediante Firma;
- Approvati: dal *Product Engineering Manager* (PEM) mediante Firma;
- Archiviati: (Originali firmati) dal *Product Engineering Manager* (PEM).

Il benessere rilasciato dal PEM, dal PE e dal QCM, dopo verifica per confronto con i requisiti AEROSYSTEMS e/o del Cliente avviene tramite i visti dei responsabili sul ciclo stesso che ne determinano il "congelamento" definitivo. Il master del ciclo viene tenuto in appositi raccoglitori numerati dal PE che ne gestisce l'archivio.

Back From

Il “Ciclo di lavoro” di Aerosystems

Il “Ciclo di lavoro”, in particolare, riporta il susseguirsi di tutte quelle operazioni necessarie alla corretta realizzazione del prodotto, in FASI sequenziali. Le Operazioni (FASI) sono in ordine progressivo, numerico a step di 10 (es. OP10, OP20 etc.) in modo da permettere l'inserimento di operazioni intermedie nelle successive revisioni del Ciclo.

La prima fase del Ciclo di Lavoro è sempre la fase in cui MAG preleva e distribuisce il materiale ai reparti (escluso per i Cicli di parti lavorate esternamente). L'ultima fase del ciclo di lavoro è sempre il “Controllo di Accettazione Finale”, sia che si tratti di particolari singoli, di sottogruppi o di accessori finiti. [\(Vedi IO16 Product Release\)](#).

Giunti a questa fase è responsabilità del PM consegnare il particolare(i), corredato di Ciclo di Lavoro compilato in tutte le sue parti al QCM per la fase di Accettazione Finale. Se i prodotti finiti non possono essere movimentati il PM deve avvisare comunque il QCM per l'Accettazione finale.



Future Changes

Future Changes – Il Futuro della ISO 9001

Un documento chiamato **"Future Concepts Final Draft – 1st concept"** (pubblicato come documento TC 176 n. N0042) è stato elaborato nel dicembre del 2019. TC176 N0042 Scaricabile Qui

Il documento delinea la tabella di marcia per ciò che apparirà in vari standard ISO9000. In sostanza, ISO sta lanciando **Otto nuovi "concetti" per la famiglia ISO 9000:**

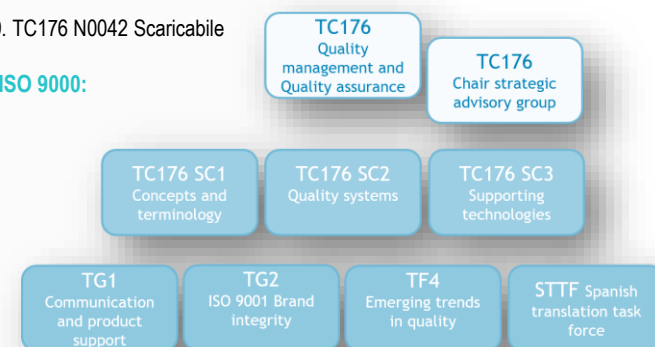
- 1) Esperienza del cliente - **Customer Experience**
- 2) Aspetti delle persone - **People Aspects**
- 3) Gestione delle Modifiche - **Change Management**
- 4) Integrazione - **Integration**
- 5) Gestione della conoscenza - **Knowledge Management**
- 6) Tecnologie emergenti - **Emerging Technologies**
- 7) Etica e integrità - **Ethics and Integrity**
- 8) Cultura organizzativa - **Organizational Culture**

Il documento entra quindi nel dettaglio di ciascuno, spiegando come saranno interessati i diversi standard ISO9000, incluso 9001:202x.

Due dei concetti sono già contenuti nella ISO 9001:2015 — "gestione del cambiamento" e "gestione della conoscenza" — ma è stata eliminata la parola "gestione" dai loro nomi. Al contrario, appaiono come "Controllo dei cambiamenti" e **"Conoscenza organizzativa"**. Questo è stato fatto in modo che i potenziali acquirenti di ISO 9001 non si spaventassero e pensassero di dover assumere il "Change Manager" o il "Knowledge Manager" con adeguate credenziali.

"Aspetti delle persone" è la mossa perenne di ISO relativa ai dipendenti.

"Tecnologie emergenti" tenta di affrontare l'Industria 4.0, ma lo fa in termini ancora vaghi.



Customer Experience – Part 1

Customer Satisfaction and Expectations = Customer Experience

- 1) Website (Company Image, Products and Services, Contact Form, Newsletter) = Brand Identity
- 2) Order (PO, Request for Information, Prices)
- 3) Packaging (Delivery Expectations, Unboxing Experience, accessories)
- 4) Installation (Instructions, IKEA example, Tools)
- 5) Use (Easy to use, Easy to Install, Easy to Operate, User Manual)
- 6) Feedback (by Website, by Email, Claims)
- 7) Support (Post Delivery Activities, MRO, Spare Parts, CMM, Support etc.)
- 8) Company Reputation

Ad oggi non si sa ancora se ci sarà una revisione della norma ISO 9001 e, se sì, se si tratterà di un aggiornamento minore o maggiore ma una cosa è certa: che sia la ISO 9001:2024 (o ISO 9001:2025) o una versione successiva, il futuro della norma poggerà sui "future concepts", visto che, come ci informa l'ISO stessa, durante la trentatreesima riunione plenaria annuale dell'ISO / TC 176 si è tenuto un seminario per iniziare a lavorare proprio sull'individuazione di quei concetti futuri che potrebbero avere un impatto sul lavoro dell'ISO / TC 176, sulla qualità, sulla sua gestione e sui sistemi qualità.

Il fatto che questi concetti siano stati individuati dall'ISO e che si sia iniziato a lavorarci su non significa che ci sia stata una decisione di includerli nell'aggiornamento di uno standard ma è abbastanza chiaro che, se gli esperti del Comitato Tecnico li stanno prendendo in considerazione, possiamo aspettarci in futuro che siano proprio questi i concetti di base di una futura ISO 9001.

Customer Experience – Part 1

L'esperienza del cliente - Il Primo dei Future Concepts

E' l'ISO stessa a ricordarci cosa si intenda per "esperienza del cliente" che può essere considerata come: **la somma di tutte le percezioni, impressioni e reazioni del cliente dal primo contatto avuto con un'organizzazione durante la ricerca di un prodotto o di servizio, fino all'atto vero e proprio di acquisto e poi dell'utilizzo effettivo del prodotto o del servizio e all'assistenza post-vendita.** In senso lato, l'esperienza del cliente riflette come si sente quel cliente riguardo a un'organizzazione nel suo complesso e include un eventuale legame emotivo, fisico e psicologico che il cliente ha con il marchio.

L'esperienza del cliente, essendo un legame che si crea tra il marchio di un'organizzazione e la sua clientela, **dovrebbe essere unica e coerente ogni volta.**

L'esperienza del cliente è molto diversa dalla sua mera soddisfazione (Customer Satisfaction Vs. Customer Expectations)

Quando andiamo a comprare una tazza di caffè non analizziamo in maniera scientifica tutti i diversi aspetti relativi al servizio per prendere una decisione. Non valutiamo la qualità della tazza, la temperatura del caffè, quanto velocemente ci è stato servito e così via per poi inserire i dati in una tabella e prendere la decisione giusta in futuro. No, la gestione dei dati soggettivi non è così precisa perché, come esseri umani, facciamo qualcos'altro. Rispondiamo a un prodotto o a un servizio con una sensazione, un pensiero, una risposta condizionata: "Mi piacerebbe un chai latte", "Oggi ho voglia di una varietà diversa di caffè", "Hei quel nuovo bar sembra diverso; ha uno strano nome. Lo proviamo?" Se per capire l'esperienza di un cliente un'organizzazione si affida solo ai numeri, si riduce la capacità di comprendere l'esperienza qualitativa, sensoriale, non conscia, fenomenologica. Dobbiamo, quindi, imparare a considerare i dati soggettivi e cambiare il modo in cui misuriamo e interpretiamo i risultati.

E introduciamo un'altra riflessione: la maggior parte delle aziende **non pensa alla reale esperienza che vuole offrire alla sua clientela nei momenti chiave di questo percorso e, quindi, non la progetta.** Mentre leggete questa pagina, ad esempio, la vostra azienda sta offrendo esperienze ai clienti ma è molto probabile che la stragrande maggioranza di esse sia un **riflesso della persona che sta interagendo col cliente e non il frutto di un processo ben progettato.**

E veniamo a un terzo concetto ancora che, forse, ci è più facile comprendere. Come sappiamo bene noi professionisti della qualità, **un servizio clienti scadente danneggia fortemente un'azienda.** La maggior parte dei clienti non si lamenta ma, sappiamo anche questo, i clienti che non si lamentano fanno davvero male agli affari della vostra organizzazione. **Solo il 5-10% dei clienti insoddisfatti si lamenta e la maggior parte di queste lamentele non raggiunge le aree aziendali che potrebbero porre rimedio a ciò che le ha scatenate.**

Customer Experience – Part 1

L'esperienza del cliente - Il Primo dei Future Concepts

Le ragioni per cui i clienti non si lamentano sono generalmente due:

- perché credono che non servirà a nulla
- perché non sanno come o dove lamentarsi

I clienti che non si lamentano dei problemi possono sembrare un enorme vantaggio per le organizzazioni poco avvedute ma non lo sono affatto se si considera che diventano dal 20 al 40 per cento meno fidelizzati di chi non ha problemi o di chi si è lamentato ed è stato poi gestito nella maniera corretta. Ciò significa che per ogni cinque clienti che hanno un problema ma non si lamentano, ne state perdendo almeno uno. E adesso le buone notizie.

I dipendenti non sono la causa della maggior parte dell'insoddisfazione dei clienti. Contrariamente a ciò che si pensa, gli atteggiamenti e gli errori dei dipendenti sono responsabili solo del 20% dell'insoddisfazione complessiva dei clienti. Nella maggior parte dei casi, infatti, i dipendenti vengono a lavorare cercando di fare un buon lavoro. È quello che viene detto loro di fare o di dire ai clienti che causa la maggiore insoddisfazione nella clientela. Circa il 60 per cento dell'insoddisfazione complessiva del cliente, infatti, è causata da prodotti, processi e messaggi di marketing che vengono veicolati come previsto ma che contengono spiacevoli sorprese, mentre circa il 20-30% dei problemi è causato da errori dei clienti, aspettative errate o un uso improprio del prodotto.

Una corretta gestione dei reclami fidelizza i clienti. In quasi tutti i settori aziendali, un cliente che si lamenta ed è soddisfatto della risoluzione della sua lamentela è più fedele di chi non si lamenta. **Spetta a noi trovare modi efficaci per risolvere i problemi e per incoraggiare i clienti a lamentarsi.**

Un modello per massimizzare la soddisfazione e la fedeltà del cliente e per gestire strategicamente l'esperienza del cliente nel suo complesso si riduce a un concetto molto semplice: **fare le cose bene subito**, senza doverle correggere successivamente. E questo, di solito, è anche l'obiettivo di ogni organizzazione ma, nonostante le migliori intenzioni, la formazione e le risorse messe a disposizione, le organizzazioni spesso non riescono a lavorare come dovrebbero e devono puntualmente rifare il lavoro o correggerlo.

Customer Experience – Part 1

L'esperienza del cliente - Il Primo dei Future Concepts

L'esperienza del cliente si compone di due parti ben precise:

- **definire le aspettative e preparare il cliente per l'uso del prodotto;**
- se l'esperienza del cliente non è perfetta, coordinare al meglio le interazioni del cliente con i processi di supporto

Per massimizzare la soddisfazione del cliente, quindi, bisogna:

- **ridurre al minimo il numero di problemi** riscontrati facendo il lavoro giusto la prima volta;
- **rispondere in modo efficace alle domande e ai problemi** che sorgono;
- fornire dati su domande e problemi alle aree aziendali giuste che possono **prevenire o affrontare in modo proattivo i problemi;**
- **sfruttare le opportunità di vendere prodotti migliorati** o livelli di servizio più elevati.





Customer Experience – Part 2

Progettare dall'inizio alla fine l'esperienza che volete che i vostri clienti reali o potenziali facciano quando entrano in contatto con la vostra azienda è sempre fondamentale ma lo è ancora di più se vi trovate in una di queste situazioni:

- *l'azienda ha deciso di puntare maggiormente sulla clientela;*
- *l'organizzazione ha esaurito tutte le possibilità di riduzione dei costi;*
- *l'azienda sta lottando per differenziarsi dalla concorrenza;*
- *lavorate in una start-up*

Qualunque sia il motivo per cui avete deciso di concentrarvi maggiormente sull'esperienza dei vostri clienti, è fondamentale **ripensare da capo, senza pregiudizi, il modo in cui la nostra organizzazione interagisce con la clientela**, senza accontentarsi mai dello status quo e senza pronunciare frasi come "L'abbiamo sempre fatto in questo modo" o "Ma perché dobbiamo cambiare se funziona?" In un'ottica di miglioramento continuo, infatti, la ricerca della migliore esperienza cliente possibile è un processo che non ha mai fine e non solamente perché forse ritroveremo questo concetto nella nuova ISO 9001:2023 o ISO 9001:2024.

Dunque, le prime domande che dobbiamo farci sono:

- *"Possiamo davvero progettare esperienze "wow" per i nostri clienti?"*
- *"Lo vogliamo davvero?"*

Tutti possiamo raccontare qualche aneddoto su come qualcuno ha fatto qualcosa di straordinario per aiutare un cliente. Il problema è che dietro queste esperienze del cliente "wow" spesso c'è un errore precedente che viene bypassato grazie agli sforzi quasi "eroici" di una persona che diventa degna di nota.

C'è un lato positivo in tutto questo: "Fai ciò di cui hai bisogno per aiutare il cliente, usa la tua iniziativa" ma, ovviamente, la vera sfida è evitare la necessità di un rimedio in qualche modo "eroico" a un fallimento precedente. Tuttavia, avrebbe poco senso per un'azienda offrire questi momenti "wow" ogni giorno, dal punto di vista commerciale, perché diventerebbero la norma, alzando l'asticella delle aspettative. La vostra sfida, quindi, è **creare un'esperienza costantemente positiva**, soddisfare le aspettative create dal vostro marchio e sapere se è possibile superare quelle aspettative in un momento critico.

Customer Experience – Part 2

L'attività di progettazione attiva di un'esperienza cliente inizia con la prestazione dell'aspettativa di ciò che quell'esperienza rappresenterà. Ecco perché è fondamentale che le fasi iniziali del processo tendano ad essere di pertinenza di chi si occupa di marketing.

Il compito, in questa prima fase, sarà quello di attrarre il cliente, creando un'aspettativa relativa al prodotto o al servizio che dovrà essere considerato come "degno di essere provato" perché dovrebbe soddisfare una particolare esigenza del cliente potenziale.

Via, via, a seguire, andranno coinvolte le singole aree aziendali che si troveranno ad avere il maggiore impatto su un momento particolare del percorso dell'esperienza del cliente in modo che, in maniera collegiale, tutti all'interno dell'organizzazione possano contribuire a questo processo.

L'esperienza del cliente è diversa dalla soddisfazione del cliente che conosciamo bene perché è un concetto che è già presente nella ISO 9001:2015 al punto 9.1.2. L'esperienza del cliente, infatti, va oltre la semplice individuazione delle esigenze e delle aspettative della clientela e **punta a generare emozioni positive durante le diverse interazioni tra il cliente e l'organizzazione.**

L'organizzazione dovrebbe partire con l'identificare e il soddisfare le esigenze e le aspettative dei clienti per generare un'esperienza del cliente positiva.

La ISO sottolinea, però, che non è sempre possibile ottenere un'elevata soddisfazione del cliente e, di conseguenza, la sua fidelizzazione semplicemente soddisfacendo bisogni e aspettative perché il cliente, a volte, può non essere a conoscenza di cosa aspettarsi esattamente e lo capisce solamente nel momento in cui gli viene consegnato un prodotto o gli viene erogato un servizio. Concentrarsi sull'interazione totale tra il cliente e l'organizzazione offre un'opportunità maggiore di comprendere le esigenze e le aspettative dei clienti in modo più efficace e generare un'esperienza positiva da parte del cliente.

Perché l'esperienza del cliente è considerata importante? Comprendere l'esperienza del cliente è importante perché aiuta a:

- migliorare la soddisfazione del cliente;
- differenziare i prodotti e i servizi di un'organizzazione dagli altri;
- fidelizzare i clienti;
- creare fiducia e migliorare le relazioni personali;
- aumentare il sostegno da parte dei clienti e le segnalazioni positive



Customer Experience – Part 2

La Customer Experience inizia quando una persona fa la conoscenza di un marchio, di un prodotto o di un servizio o di un'organizzazione e inizia a venire a contatto con gli input relativi a quell'organizzazione che possono provenire dalla pubblicità, dai social media, dai feedback dei clienti, dalle esperienze di utilizzo dei prodotti o dei servizi dell'organizzazione, ecc. Per creare un'esperienza cliente positiva, **le organizzazioni dovrebbero consentire ai propri collaboratori di identificare e comprendere non solo le esigenze dei loro clienti ma anche chi sono i loro clienti, al fine di creare una connessione emotiva con loro.** Le organizzazioni dovrebbero anche esaminare come acquisire il loro feedback in tempo reale.

L'ISO ci ricorda che, per creare un'esperienza cliente positiva, le organizzazioni dovrebbero considerare:

- le comunicazioni attraverso il marchio, la pubblicità, il marketing, le vendite e la comunicazione post-vendita;
- i prodotti o i servizi per capire quanto le loro caratteristiche siano adatte a un singolo cliente;
- i processi per vedere se quelli nei quali si imbatte, direttamente o indirettamente un cliente sono semplici e, soprattutto, creano valore aggiunto;
- i canali di contatto dell'organizzazione (sito web, telefono, faccia a faccia, digitale) per capire in quale misura si adattino al cliente;
- le persone che lavorano all'interno dell'organizzazione per capire come trattano il cliente;
- il prezzo che il cliente è disposto a pagare e considera un buon valore per l'intera esperienza;
- la risposta emotiva, cioè come si è sentito il cliente riguardo all'esperienza;
- la risposta razionale, cioè la valutazione razionale che il cliente ha fatto dell'esperienza;
- la valutazione dello sforzo fatto dall'organizzazione da parte del cliente

Nei casi in cui un'organizzazione si accorga che un suo prodotto o un suo servizio non vengono venduti nelle quantità desiderate, è possibile che non si sia puntato abbastanza sull'esperienza del cliente.

Le organizzazioni che praticano la gestione della qualità da molto tempo conoscono i principi già contenuti nella ISO 9001:2015 relativi all'attenzione da dedicare al cliente e, probabilmente, stanno già esaminando le esigenze dei clienti per sviluppare prodotti e servizi e stanno utilizzando i feedback della clientela, incluso il sondaggio sulla soddisfazione del cliente, per migliorare i prodotti, i servizi e i processi. A volte, però, potrebbero non essere state in grado di scoprire i **bisogni latenti della clientela**. Le organizzazioni che hanno implementato sistemi di gestione della qualità basati sui requisiti dell'ISO 9001 ma non sono state in grado di fornire prodotti e servizi che soddisfacessero le aspettative dei clienti, **dovrebbero rivedere le loro attività dal punto di vista del concetto di "esperienza del cliente"**.

Customer Experience – Part 2

Secondo l'ISO, conseguenze dirette di questo discorso sulla ISO 9001 riguardano la soddisfazione dei requisiti del cliente, dove deve essere chiaro che con il termine "requisito" si indica una necessità o un'aspettativa dichiarata o implicita o, ancora, obbligatoria. Quando l'attenzione al cliente è, però, limitata alla conformità potrebbe non portare a un'elevata soddisfazione da parte della clientela.

Un altro problema è che, a oggi, non si fa una chiara distinzione tra i bisogni latenti e quelli dichiarati, impliciti o obbligatori perché si utilizzano i termini "aspettativa" e "bisogno" con lo stesso significato. Un'attenzione all'intera esperienza del cliente va considerata come un approccio più proattivo alla sua soddisfazione.

Alla fine di questo lungo discorso, chiedetevi **quanto spende la nostra organizzazione per raccogliere dati e quali di questi dati stiamo effettivamente convertendo in una migliore esperienza cliente**. Siamo più che certi che molte organizzazioni decidano di cambiare qualcosa solo per seguire la strada intrapresa da un concorrente ma questa non è sempre la via migliore da percorrere. Indirizzare le proprie energie per creare un'esperienza migliore per la clientela potrebbe farci ottenere risultati insperati, impariamo a usare al meglio i dati che vengono raccolti!

La sfida è capire **dove si trovano i veri punti di svolta che possono rivoluzionare l'esperienza cliente** che state offrendo attualmente, quelli nei quali il cliente ripone le aspettative maggiori (e, se applicabile, un maggiore coinvolgimento emotivo) e l'azienda non riesce a soddisfare al meglio.

Questo è un modo semplice per iniziare a capire dove effettuare un maggiore investimento nella progettazione attiva dell'esperienza perché non tutte le interazioni col cliente sono uguali in termini di impatto. Occorre **evidenziare le interazioni critiche** nella vostra particolare attività per identificare il fulcro sul quale iniziare a lavorare per migliorare l'esperienza complessiva del cliente. Lavorate sul collegamento diretto che esiste tra l'attività e la relativa parte di esperienza del cliente sulla quale si riflette. Analizzate anche quali comportamenti e azioni della clientela possano incidere, relativamente a questa parte di processo, sul benessere dell'azienda.





First Blood

First Blood – Unboxing Experience

L'esperienza di Unboxing: in che modo l'imballaggio del prodotto può avere un impatto sui tuoi clienti

Per le aziende industriali, l'imballaggio e la spedizione sono una necessità. Per alcuni è l'unico modo per mettere i propri prodotti nelle mani dei clienti.

L'imballaggio, alla base, è quello di mantenere i prodotti al sicuro e protetti durante il trasporto dal punto A al punto B.

Ma per i produttori che vogliono creare un'impressione duratura con i propri clienti, l'imballaggio significa molto di più della semplice protezione. La confezione del prodotto rappresenta anche il punto di contatto più diretto e il collegamento importante con i clienti.

Questa connessione, chiamata esperienza di unboxing, diventa uno strumento di marketing che le aziende possono utilizzare per rendere i clienti più felici. Possono spargere la voce sul marchio e distinguersi dalla massa in modo positivo. Scopriamo insieme tutti i motivi per cui offrire un'esperienza di unboxing di qualità è così importante per la proposta di valore della tua azienda.

Che cos'è un'esperienza di Unboxing? In poche parole, unboxing è quello che sembra: l'azione di estrarre un prodotto da una scatola.

Ma creare un'esperienza di unboxing è molto di più. I clienti si preoccupano di un'esperienza di unboxing positiva perché spesso è la prima volta che toccano fisicamente qualsiasi cosa tu abbia creato. I tuoi clienti possono guardare il tuo sito web, magari guardare un video o due di un prodotto e sfogliare alcune immagini dei social media. Ma la prima volta che tengono effettivamente il tuo marchio nelle loro mani è quando viene consegnato a casa loro.

Perché devo creare un'esperienza di Unboxing? **La confezione di un prodotto può essere un punto di forza per i clienti abituali, riflettendo l'immagine del marchio e fornendo un senso di qualità.**



First Blood

First Blood – Unboxing Experience

Un prodotto confezionato strategicamente può anche ridurre i resi dei prodotti. Aggiorna il primo "touchpoint" per creare una forte esperienza di Unboxing Sei seriamente intenzionato a migliorare la tua esperienza cliente? L'imballaggio del prodotto, comprese le dimensioni della scatola, il layout, la personalizzazione, la carta, i riempitivi e persino il nastro utilizzato per chiudere la scatola ha il potere di aiutare i rivenditori a fare una dichiarazione forte... se è ben progettato.

- Protezione (to avoid damages) - Tappi, cellophane, gommapiuma etc.
- Trasporto (Integrity) - Imbottitura, reggiatura, robustezza.
- Identificazione (Easy to Identify) - Etichette, Documenti, Adesivi, Fragile, Labels, Simboli.
- Apertura (Easy to Open) - Manualmente, Taglierino, Forbici etc.
- Materiali (Easy to Handle and Dispose)
- Extras (Gadgets)
- Prodotto (Easy to Install - Instructions)
- Prodotto (Easy to Operate - User Manual)
- Prodotto (Troubleshooting)
- Prodotto (Customer Support)



First Blood

First Blood – Unboxing Experience

- **Confezione - Packaging:** L'elemento più importante da considerare è l'imballaggio di base. A seconda del prodotto, può essere una scatola, una borsa o una polizza. I pannelli ondulati bianchi e marroni una volta erano considerati l'unica opzione perché erano economici, durevoli e, certamente, fanno il lavoro, ma potrebbero non dare la buona prima impressione che vorresti. Il pacchetto vero e proprio è la migliore opportunità per creare un'esperienza "wow". Tuttavia, i costi aggiuntivi che si verificano sono piuttosto elevati.
- **Carta velina - Sottovuoto:** L'imballaggio dei tuoi prodotti in sottovuoto aggiunge ulteriore eccitazione aggiungendo un altro livello di anticipazione all'esperienza di disimballaggio. Il cellophane trasparente o la carta velina colorata sono entrambe opzioni consigliabili da considerare.
- **Riempitivo - Filler:** Le opzioni di riempimento tradizionali includono trucioli di polistirene, inserti in schiuma, cuscini d'aria o pluriball. Anche se per alcuni di noi far scoppiare il pluriball può essere molto divertente, non è visivamente accattivante e non si sente benissimo. Altre forme di materiale da imballaggio che dovrebbero essere prese in considerazione sono la carta ondulata (colorata o marrone) e la lana di legno, che sono anche migliori per l'ambiente e possono creare una migliore sensazione per il cliente.
- **Adesivi - Stickers:** Gli adesivi sono un'opzione utile in quanto sono versatili e abbastanza economici. Se usi della carta velina, un adesivo con il marchio può anche sigillare la carta. Potresti anche mettere un adesivo sulla tua scatola invece di una stampa personalizzata per dare alla confezione un marchio specifico. Inoltre, c'è la possibilità di aggiungere alcuni adesivi extra insieme a una breve nota per ringraziare i tuoi clienti per aver effettuato l'acquisto.
- **Materiale promozionale o biglietti da visita - Promotional material or business cards:** I biglietti da visita offrono un modo conveniente per aggiungere piccoli articoli promozionali al tuo pacco. Ricorda, non è necessario che abbiano l'estetica dei biglietti da visita aziendali. Alcune aziende includono inserti nei loro pacchetti, inclusa una newsletter stampata.
- **Nastro Adesivo - Adhesive Tape:** Oggi, ci sono una varietà di opzioni di nastri colorati per completare la tua confezione personalizzata. Puoi anche creare un nastro del marchio à la Amazon per il riconoscimento istantaneo del marchio.
- **Modello o Regalo - Gift:** In base all'attuale cronologia degli acquisti del cliente, puoi anche prendere in considerazione un campione gratuito di un altro prodotto. Idealmente, scegli qualcosa che potrebbe interessare al tuo cliente. Ad esempio, se ha acquistato uno shampoo, un campione di balsamo complementare avrebbe senso. Questa tattica può aiutarti a effettuare il cross-sell introducendo un cliente a nuovi prodotti.

First Blood

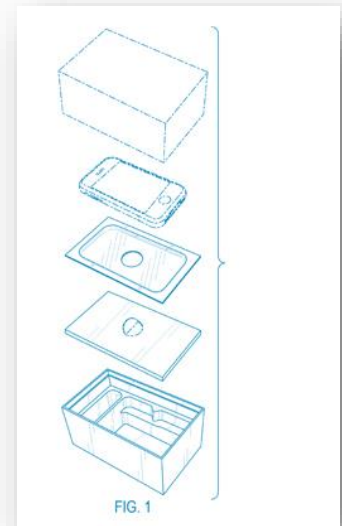


First Blood – Unboxing Experience – The Apple «iPhone» Unboxing Case History

Che Apple abbia il brevetto “facile” ormai è noto, ma che addirittura decida di registrare all’ufficio brevetti USA la scatola dell’iPhone ci sembra davvero troppo. Ma, come si dice, la prudenza non è mai troppa.

Come sappiamo Apple dedica studi e ricerche per rendere l’esperienza di unboxing dei propri prodotti qualcosa di unico, non a caso su Youtube ci sono migliaia di video che mostrano utenti estasiati durante l’apertura delle confezioni di un iPhone o un Mac che sia.

Proprio per tutelarsi contro cloni e copie varie, Apple ha quindi deciso di brevettare la confezione dell’iPhone: [il brevetto numero #D596,485](#) è stato depositato ufficialmente (nel 2000) e firmato da ben 17 designer, tra i quali anche Steve Jobs e Jonathan Ive.





ISO Future Concepts

ISO Future Concepts

L'INTEGRAZIONE È IL QUARTO DEI "FUTURE CONCEPTS"

Esaminiamo il quarto dei future concepts che saranno alla base delle prossime revisioni della ISO 9001:202X

Il quarto dei "future concepts" che saranno alla base delle prossime revisioni della ISO 9001, anche se non si sa ancora se costituiranno elementi per la versione più prossima della ISO 9001:2015, la ISO 9001:2023 (o ISO 9001:2024), è relativo all'integrazione.

Lo scopo di un sistema integrato è quello di aiutare a fornire una chiara rappresentazione di tutte le caratteristiche dei rispettivi sistemi di gestione che sono stati integrati tra loro per mostrare come impattino sul lavoro quotidiano e quali siano le relazioni che hanno uno sull'altro.

Le realtà globali del contesto imprenditoriale di oggi stanno costringendo molte organizzazioni a cambiare per adattarsi nel modo più rapido possibile. Non c'è più il tempo per studiare come stanno andando le cose, pensare a proteggersi e aspettare che le cose "tornino alla normalità". La normalità, infatti, sarà determinata da coloro che avranno la lungimiranza e la vision necessarie per prendere il controllo del presente e contribuire a plasmare un futuro più luminoso. Questo futuro più roseo può essere influenzato dalla maturità e dall'efficacia dei sistemi di gestione che possono essere di grande supporto nel guidare un'organizzazione attraverso i suoi principali obiettivi organizzativi pur rimanendo finanziariamente competitiva.

Negli ultimi vent'anni le organizzazioni grandi e piccole sono state spesso portate dai clienti, dai regolamenti, dalle leggi, dal settore in cui operano e da motivazioni interne a implementare la qualità, la salute e la sicurezza e ad avere un'attenzione particolare all'ambiente. Sebbene tutti questi aspetti possano essere presi in considerazione separatamente, c'è una base comune di caratteristiche che aggiunge un valore straordinario all'intero processo quando si procede a integrarle in maniera sistemica là dove c'è compatibilità. Il valore deriva dall'ottimizzazione delle risorse, dalla razionalizzazione del lavoro da svolgere e dal fatto che si lavora in maniera più intelligente. Per creare un sistema integrato, così come ci viene suggerito dalla stessa ISO, bisognerebbe guidare l'integrazione a livello di processi, creando un sistema di gestione allineato che affronti tutti gli obiettivi dell'organizzazione e tutte le esigenze e le aspettative delle parti interessate che sono state considerate rilevanti. Quando un'organizzazione integra i sistemi di gestione ottiene un migliore allineamento tra i sistemi, gli obiettivi e il contesto in cui opera. Il numero e il tipo di sistemi di gestione possono variare in ciascuna organizzazione a seconda delle dimensioni, della tipologia di azienda e del contesto.

ISO Future Concepts



ISO Future Concepts

Si possono integrare senza alcuna difficoltà:

- ISO 9001 - "Sistemi di gestione per la qualità - Requisiti" QS
- ISO 14001 - "Sistemi di gestione ambientale - Requisiti e guida per l'uso" HSE
- ISO 45001 - "Sistemi di gestione per la salute e sicurezza sul lavoro - Requisiti e guida per l'uso" HSE
- ISO 27001 - "Tecnologie Informatiche - Tecniche di sicurezza - Sistemi di gestione della sicurezza dell'informazione - Requisiti" CYBER
- ISO 50001 - "Sistemi di gestione dell'energia - Requisiti e linee guida per l'uso»

Cosa significa, ad esempio, integrare un sistema di gestione della qualità e un sistema di gestione ambientale nel business dell'organizzazione? Un vero sistema di gestione integrato integra tutti i sistemi e i processi in un modello completo, consentendo a un'organizzazione di **lavorare come una singola unità con obiettivi unificati e combinando i diversi requisiti degli standard di riferimento in un unico sistema documentale**.

Possono esserci diversi approcci all'integrazione dei sistemi di gestione. Si va dalla semplice ricerca di una maggiore compatibilità degli elementi del sistema al coordinamento dei processi, fino a un vero e proprio incorporamento di un sistema di gestione integrato in una cultura dell'apprendimento e del miglioramento continuo.

Si può iniziare, quindi, con un semplice **allineamento dei sistemi di gestione paralleli**, utilizzando le somiglianze tra i diversi standard, fino alla struttura di un vero e proprio sistema. Lo scopo di questo allineamento è semplicemente quello di ridurre i costi di gestione, di amministrazione e di auditing dei diversi sistemi. Il livello evoluto di questo discorso è invece una vera e propria integrazione di tutti i documenti o, almeno, dei principali. L'eccellenza si raggiunge quando si inizia a ragionare in un'ottica di qualità totale focalizzando il proprio approccio sulle persone, sui clienti e sul miglioramento continuo per tirare fuori il massimo dal sistema integrato.



ISO Future Concepts

ISO Future Concepts

Come nel caso di un qualsiasi cambiamento organizzativo fondamentale, l'idea di un'integrazione di diversi sistemi gestionali non è, però, priva di sfide. A meno che, infatti, il top management non sia molto attivo nel dimostrare un reale impegno in questo sforzo di integrazione, c'è il pericolo di fallire. Tra l'altro, non è affatto insolito, soprattutto per ciò che riguarda il middle management, sentirsi minacciato da ciò che sembra essere una vera e propria intrusione in un sistema a se stante che pare funzionare benissimo così com'è. Lo sviluppo, l'implementazione e la manutenzione di un sistema di gestione integrato richiede tempo e si possono incontrare parecchie difficoltà. E' abbastanza logico che chi, in qualità di responsabile funzionale, ha raggiunto uno stato di comfort nell'area qualità, salute e sicurezza o gestione ambientale non abbia alcuna voglia di iniziare un altro periodo con il "mare in tempesta". Bisogna, però, farsi coraggio e rimettere in discussione molto di ciò che sembrava funzionare ma che, in realtà, se esaminato nell'insieme di un sistema aziendale, andava a creare inefficienze.

Continuare invece, come spesso accade, a gestire i sistemi individualmente e, talvolta, persino in modo conflittuale è semplicemente assurdo, visto che un sistema di gestione è il modo in cui un'organizzazione gestisce le diverse parti correlate per realizzare i corrispondenti obiettivi che possono essere legati a una serie di argomenti diversi. Gli standard dei sistemi di gestione aiutano le organizzazioni a migliorare le prestazioni, specificando passaggi ripetibili che le aziende implementano consapevolmente per raggiungere gli obiettivi e per creare una cultura organizzativa che si impegna in un ciclo continuo di autovalutazione, correzione e miglioramento delle attività e dei processi attraverso una maggiore consapevolezza dei dipendenti e una gestione della leadership e dell'impegno di tutti. Le organizzazioni operano nei mercati globali e sono sempre più complesse, quindi è necessario avere una visione olistica di come operano. Non basta più concentrarsi solo su un aspetto. Questa visione olistica richiede che le organizzazioni abbiano una direzione strategica capace di considerare diversi approcci alla gestione di tutti gli aspetti dell'organizzazione come, ad esempio, la qualità dei prodotti e dei servizi, le prestazioni ambientali, la sicurezza e la salute dei lavoratori, le questioni finanziarie, ecc. Tutti questi diversi aspetti sono correlati tra loro e sono necessari per il successo duraturo di un'organizzazione.

La maggioranza delle aziende ha già dei sistemi, formali o informali, per gestire tutti questi aspetti ma non realizza fino in fondo quante risorse sprechi nel duplicare processi e nel creare lavoro extra che non sarebbe affatto necessario, visto che i sistemi di gestione più implementati dalle organizzazioni hanno, ormai, molti punti in comune e l'identico obiettivo di rendere le organizzazioni più efficaci ed efficienti.

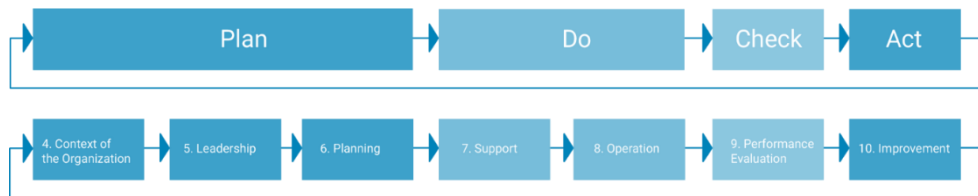
In pratica, un sistema integrato va a far convergere in un unico sistema di gestione i diversi sistemi formali o informali esistenti per implementare le migliori pratiche possibili.

ISO Future Concepts

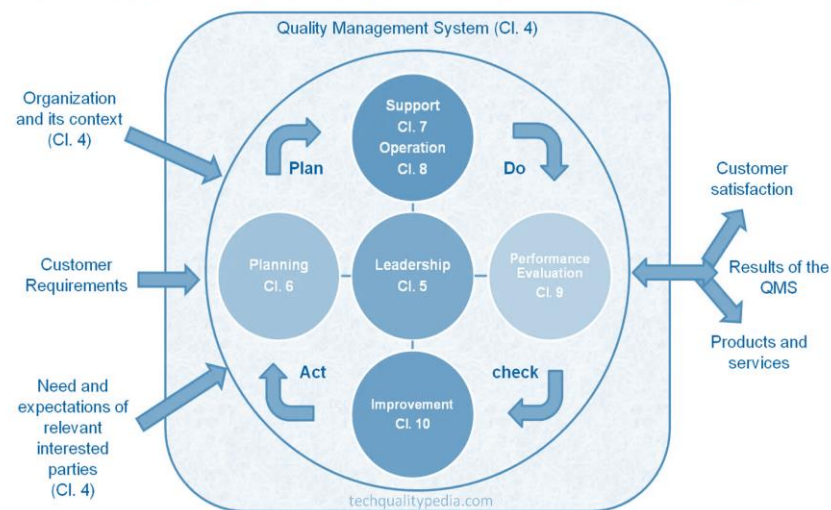
ISO Future Concepts

Per aiutare questa visione olistica, è necessario integrare diversi requisiti relativi ai sistemi di gestione in un unico sistema. Sebbene, infatti, a volte i requisiti dei diversi standard di riferimento siano formulati in modo diverso, hanno tutti lo stesso obiettivo che è quello di identificare i rischi e le opportunità e di ridurre al minimo l'impatto dei primi sulla capacità di un'organizzazione di raggiungere i propri obiettivi. Tutti i sistemi di gestione, infatti, seguono tre concetti principali:

- la **gestione e il controllo dei processi**: garantire che i processi forniscano i risultati desiderati e che i requisiti applicabili siano rispettati;
- un approccio **PDCA = Plan-Do-Check-Act** alla gestione e al controllo dei processi: stabilire obiettivi, definire i processi necessari, monitorare i progressi e la conformità, agire ove necessario e prendere in considerazione le opportunità di miglioramento;
- la **gestione dei rischi**: identificare i rischi e le opportunità e implementare i controlli per minimizzare gli aspetti negativi e gli effetti sulle prestazioni e massimizzare i potenziali benefici



ISO 9001 | Quality Management System | PDCA Approach



ISO Future Concepts



ISO Future Concepts

L'integrazione dei sistemi di gestione in un unico sistema dovrebbe, quindi, essere considerata come parte della strategia stessa dell'organizzazione per sfruttare i vantaggi che ne derivano e che possiamo riassumere in:

- una **visione globale** e olistica dell'organizzazione con tutti i suoi obiettivi ben allineati;
- un'**integrazione della pianificazione strategica**, delle politiche e degli obiettivi basata sulle informazioni integrate che derivano dai diversi sistemi di gestione;
- una **maggiore efficienza ed efficacia**, con un migliore utilizzo delle risorse incluso il tempo. Si evita una duplicazione dei processi e si riducono le informazioni documentate;
- un'**unica struttura organizzativa** che definisce ruoli, responsabilità e autorità per il personale che svolge lavori che abbiano un qualsiasi impatto sugli obiettivi del sistema di gestione integrato;
- gli **standard di riferimento sono gestiti meglio**, con un insieme di politiche e di procedure pensate per soddisfare tutti requisiti e una riduzione del numero di giorni di audit e dei costi necessari per verificare il buon funzionamento dei sistemi. Si evitano duplicazioni relative a audit interni, al riesame della Direzione, agli obiettivi, al controllo dei documenti, alla formazione e all'amministrazione generale delle attività;
- una **correzione dei problemi** e un'identificazione delle **opportunità di miglioramento** che ha un respiro maggiore essendo integrata;
- la creazione di **gruppi di lavoro** costituiti da persone che possono impegnarsi insieme sugli obiettivi comuni e sui relativi benefici da ottenere;
- migliori prestazioni finanziarie e **costi ottimizzati** che portano a una maggiore competitività;
- un **miglioramento delle comunicazioni interne ed esterne** e maggiori cooperazioni e allineamento interfunzionali all'interno dell'organizzazione che porta a una maggiore capacità di soddisfare le esigenze e le aspettative delle parti interessate;
- un **miglioramento dell'efficacia nella gestione dei rischi**;
- una **migliore efficacia dei sistemi di gestione**;
- un'unica metodologia per **misurare e valutare le performance**

ISO Future Concepts



ISO Future Concepts

Per procedere al meglio con l'integrazione dei diversi sistemi occorre:

- una presa di coscienza della **formazione necessaria** alla corretta gestione di tutti i sistemi. Pensare a sessioni di formazione separate e dedicate al top management, al middle management e al resto del personale, assicurando di coprire tutti gli aspetti;
- sviluppare una **Politica Integrata** che integri, a seconda dei sistemi implementati, [la qualità, l'ambiente, la salute e la sicurezza, la parte informatica e la gestione dell'energia e i relativi obiettivi per la vision e la mission aziendali](#);
- identificare il **livello di conformità del sistema** esistente relativamente ai diversi aspetti dei sistemi che si vogliono integrare. Assicurarsi di avere ben chiare tutte le attività aziendali e sviluppare una mappa di processo. Confrontare le attività esistenti con i requisiti degli standard ISO che si vogliono implementare e cercare di capire cosa dovete integrare;
- documentare tutti i processi attraverso l'adempimento ai diversi requisiti e **preparare tutta la documentazione di supporto necessaria**: procedure, istruzioni di lavoro, manuali, modulistica, procedure di sistema, ecc.
- implementare processi e informazioni documentate di supporto;
- avviare un **audit interno** generale ben fatto e approfondito dopo essersi assicurati che l'auditor o gli auditor interni siano stati adeguatamente formati allo scopo. Avviare tutte le necessarie azioni correttive per assicurare che il sistema di gestione integrato sia aderente ai requisiti degli standard implementati e sia anche efficace ed efficiente;
- eseguire con la Direzione un **riesame generale** del sistema integrato per individuare eventuali aspetti critici;
- eseguire **un'analisi degli eventuali gap** riscontrati e rimediare mettendo mano ai processi e ai documenti coinvolti

Come si tradurrà tutto questo nella futura ISO 9001? Il Comitato Tecnico che si occupa della sua futura revisione potrebbe decidere di inglobare, prima o poi, nuovi requisiti provenienti da altri sistemi di gestione mentre in generale, si potrebbe sentire il bisogno di una nuova linea guida capace di spiegarci meglio come integrare un sistema di gestione nel modello di business di qualsiasi azienda.

Normative References

Normative References

Norma numero: UNI EN ISO 9001:2015 - Titolo: Sistemi di Gestione per la Qualità – Requisiti - Data entrata in vigore: 23 settembre 2015

Sommario : La norma specifica i requisiti di un sistema di gestione per la qualità quando un'organizzazione:

- a) ha l'esigenza di dimostrare la propria capacità di fornire con regolarità prodotti o servizi che soddisfano i requisiti del cliente ed i requisiti cogenti applicabili; e
- b) mira ad accrescere la soddisfazione del cliente tramite l'applicazione efficace del sistema, compresi i processi per il miglioramento del sistema stesso ed assicurare la conformità ai requisiti del cliente ed ai requisiti cogenti applicabili. Tutti i requisiti sono di carattere generale e previsti per essere applicabili a tutte le organizzazioni, indipendentemente da tipo o dimensione, o dai prodotti forniti e servizi erogati.

Norma numero: UNI EN 9100:2018 - Titolo: Sistemi di Gestione per la Qualità - Requisiti per le organizzazioni dell'aeronautica, dello spazio e della difesa - Data entrata in vigore: 19 luglio 2018

Sommario: Il presente documento comprende i requisiti del sistema di gestione per la qualità della EN ISO 9001:2015 e **specifica i requisiti aggiuntivi, le definizioni e le note per l'industria aeronautica, dello spazio e della difesa. Si sottolinea che i requisiti specificati nel presente documento sono complementari (non alternativi) a quelli del cliente e a quelli derivanti da requisiti cogenti.**

In caso di conflitto tra i requisiti del presente documento e i requisiti applicabili derivanti da requisiti del cliente o cogenti, questi ultimi devono avere la precedenza.

La presente norma internazionale specifica i requisiti di un sistema di gestione per la qualità quando un'organizzazione:

- a) ha l'esigenza di dimostrare la propria capacità di fornire con regolarità prodotti e servizi che soddisfano i requisiti del cliente e i requisiti cogenti applicabili; e
- b) mira ad accrescere la soddisfazione del cliente tramite l'applicazione efficace del sistema, compresi i processi per migliorare il sistema stesso e assicurare la conformità ai requisiti del cliente e ai requisiti cogenti applicabili. Tutti i requisiti della presente norma internazionale sono di carattere generale e previsti per essere applicabili a tutte le organizzazioni, indipendentemente da tipo o dimensione, o dai prodotti forniti e servizi erogati.

EN 9100 – Sistema di Gestione per la Qualità nel Settore Aerospaziale

Le Certificazioni in accordo agli standard internazionali della serie EN 9100 permettono alle organizzazioni del settore Aerospaziale e della Difesa di essere conformi a standard qualitativi molto elevati, di valorizzare l'impegno verso la qualità, la sicurezza e l'affidabilità e di soddisfare le esigenze dei clienti.

General Stakeholders

Kiwa UNAVIAcert: società del Gruppo Kiwa Italia, è un Organismo di Certificazione che eroga servizi di valutazione e certificazione, a fronte di norme volontarie e cogenti, con particolare specializzazione per quelle specifiche del settore Aerospazio e Difesa, ovvero gli standard della serie EN 9100.

When

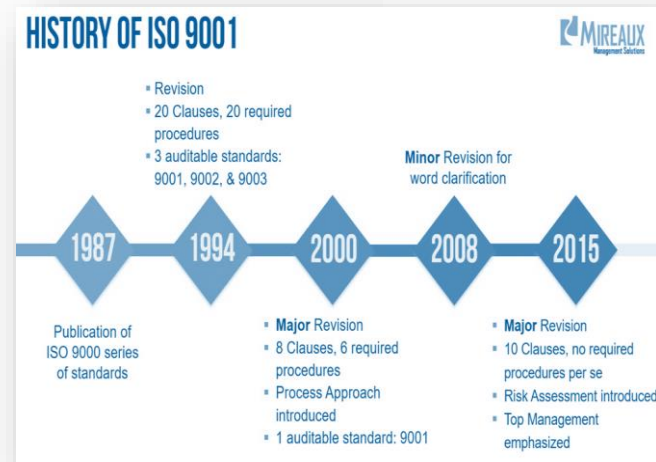
When

Utilizzato da milioni di organizzazioni in tutto il mondo, lo standard che è diventato un riferimento mondiale per la qualità, la **ISO 9001 "Sistemi di gestione per la qualità - Requisiti"**, nel 2020 ha superato la sua "garanzia di idoneità" e, come tutti gli altri standard ISO, è stata sottoposta alla revisione sistematica prevista ogni cinque anni per decidere se fosse ancora valida o se necessitasse di un aggiornamento. Le revisioni precedenti della norma, infatti, hanno avuto queste tempistiche:

- **ISO 9001:1987 (prima pubblicazione)**
- **ISO 9001:1994 (dopo 7 anni)**
- **ISO 9001:2000 (dopo 6 anni)**
- **ISO 9001:2008 (dopo 8 anni)**
- **ISO 9001:2015 (dopo 7 anni)**

Questo processo è estremamente importante per garantire che la ISO 9001 sia ancora **rilevante a livello globale e che riesca a soddisfare le esigenze dei suoi utenti**. Ecco perché il sottocomitato responsabile della norma, ISO/TC 176/SC 2 "Quality systems", che opera sotto il comitato tecnico ISO/TC 176 "Quality management and quality assurance", ha intrapreso una serie di attività, tra cui discussioni con i membri del comitato e un sondaggio tra gli utenti della ISO 9001, per sapere come procedere.

Se tutto fosse andato come sempre, tenendo conto delle tempistiche di pubblicazione di una nuova norma, avremmo avuto una nuova versione della ISO 9001 entro il 2023 o, al più tardi, nel 2024. Nel processo di revisione sistematica formale della ISO 9001:2015, però, l'ISO/TC 176/SC 2 ha condotto un'indagine tra gli utenti della ISO 9001 per raccogliere le opinioni degli utenti finali della norma sulla versione attuale dello standard e, su 165 nazioni membri dell'ISO, solo 78 hanno partecipato al voto esprimendosi in questo modo: **36 nazioni membri hanno votato per confermare lo standard così com'è, 32 nazioni hanno votato per rivederlo e altre 10 si sono astenute**. Il risultato è stato, quindi, contrario a una revisione perché l'ultima versione della ISO 9001 sembrava fornire ancora lo stesso valore aggiunto a coloro che implementavano lo standard, esattamente come nel 2015.





Product Safety

Product Safety

Product Safety - Definition

The state in which a product is able to perform to its design or intended purpose without causing unacceptable risk of harm to persons or damage to property.

Politica di Sicurezza del Prodotto

Aerosystems si impegna a progettare e realizzare prodotti in modo sicuro e conforme, e conduciamo valutazioni regolari per verificare che i nostri prodotti continuino a soddisfare la sicurezza applicabile, conformità e requisiti normativi. Il nostro impegno riconosce che la sicurezza e la qualità dei prodotti Aerosystems sono importanti riflessi dei nostri valori fondamentali.

Responsabilità di Gestione

All'interno di Aerosystems, ogni responsabile di reparto è responsabile a garantire che i prodotti soddisfino i requisiti normativi applicabili. Questa responsabilità comprende lo sviluppo di nuovi prodotti, le revisioni continue dei prodotti in uso e le procedure per esaminare eventuali reclami post-vendita per la conformità alle aspettative normative e di sicurezza pubblica.

Sicurezza del Prodotto nella Progettazione

L'aderenza ai requisiti normativi applicabili e alle aspettative di sicurezza e qualità del prodotto è un elemento fondamentale della fase di progettazione di prodotti nuovi e aggiornati ed è testata attraverso fasi di sviluppo pertinenti per garantire la conformità prima del lancio del prodotto.

Monitoraggio e miglioramento della Sicurezza dei Prodotti

Coerentemente con i nostri valori fondamentali, Aerosystems è impegnata nel miglioramento continuo della sicurezza del prodotto. Valutiamo attivamente i processi di produzione per il miglioramento e le prestazioni esterne del prodotto. I problemi vengono esaminati e le cause profonde vengono identificate e risolte, consentendoci di incorporare sistematicamente l'apprendimento nei nostri processi. I dipendenti in ingegneria e produzione sono formati su queste aspettative e processi.



Product Safety

Product Safety

Gestione della Sicurezza del Prodotto – Product Safety Management

Aerosystems ha stabilito un processo per i seguenti step di gestione della sicurezza del prodotto.

STEP 1:

Al fine di identificare eventuali rischi durante il processo produttivo è necessario eseguire una Analisi dei Rischi per Macchinari di Produzione mediante lo strumento (tool) [AS-MRAH Machines Risk Assessment Hazard](#) che contiene tutti i macchinari di produzione. Per ogni macchinario codificato viene svolta una Analisi del Rischio che prende in considerazione, come minimo, in seguenti punti (ma possono esserne inseriti altri, caso per caso):

- MACHINE MANUAL (Machine Data and Information for the User)
- WARNING VISUAL INFORMATION
- ROTATING PARTS
- ELECTRICAL EMERGENCY STOP
- MACHINE KEYS
- CUTTING PARTS
- SHARP EDGES
- ELECTRICAL HAZARD
- THERMAL HAZARD
- TRAINING
- NOISE HAZARD
- WEIGHT NAMEPLATE
- HUMAN FACTOR

All'interno della AS-MRAH Machines Risk Assessment Hazard sarà possibile pianificare la mitigazione di eventuali rischi.



Product Safety

Product Safety

Gestione della Sicurezza del Prodotto – Product Safety Management

STEP 2:

A completamento dell'analisi del rischio AS-MRAH Machines Risk Assessment Hazard è necessario eseguire una seconda analisi mirata ai prodotti della capability di Aerosystems mediante un Product Safety Assessment Plan. Tale analisi viene svolta mediante lo strumento (tool) [AS-PSAP Product Safety Assessment Plan](#) che contiene tutti i prodotti di Aerosystems e la relativa analisi del rischio FMEA. Come per l'analisi precedente vengono presi in considerazione tutti i rischi connessi all'utilizzo del prodotto tenendo in considerazione l'utilizzo finale (installazione, uso etc.).

- Aerosystems dispone di un registro (non limitato) dei pericoli identificati (Hazards) e dei rischi (Risks) per la sicurezza dei propri prodotti, che viene regolarmente mantenuto e rivisto per garantire che rimanga aggiornato.
- Le analisi sulla sicurezza dei prodotti tengono conto dei benchmark di settore (se disponibili), nonché dell'esperienza e delle lezioni apprese (ALLISS) su altri prodotti con funzioni simili o tecnologie o componenti simili.
- I risultati dell'analisi e delle valutazioni del rischio vengono esaminati per coerenza e per identificare i miglioramenti del processo.
- I criteri di accettabilità del rischio sono applicati nei processi decisionali del management e sono regolarmente rivisti.
- Aerosystems identifica e valuta continuamente e in modo proattivo i pericoli ed i rischi relativi alle attività e all'ambiente operativo, coinvolgendo il personale chiave e le parti interessate appropriate.

I processi operativi, di acquisto e della catena di fornitura (SCM) per gli elementi critici per la sicurezza del prodotto sono gestiti secondo piani completi che coprono l'intero ciclo di vita del prodotto (ad esempio, corretta identificazione a partire dalla fase di progettazione, definizione di misure di controllo specifiche lungo l'intera vita del prodotto, specificazione del componente vita, piani di gestione della vita, audits).



Product Safety

Product Safety

Gestione della Sicurezza del Prodotto – Product Safety Management

STEP 3:

La segnalazione e l'analisi degli eventi relativi alla sicurezza dei prodotti include incidenti e inconvenienti.

Analysis and reporting of occurred events affecting safety:

- Organize the collection of potential and occurred events, and analyze their impacts with specialists;
- Organize the internal escalation process and external reporting to interested parties;
- Analyze the adverse trends of products in service reliability and define appropriate actions.

Communication of these events and training of personnel:

- Promote safety culture and lessons learned from occurred events (impacts of the parts delivered by Aerosystems on the final product safety);
- Prevent occurrence of safety issued by taking into account industry experience (including occurrences on other products with similar functions or based on same technologies or components).

Un processo comune per la segnalazione, l'analisi e la comunicazione degli eventi relativi alla sicurezza dei prodotti viene implementato in tutta Aerosystems, inclusi eventuali rapporti di avviso di sicurezza, bollettini sull'affidabilità in servizio e revisioni sulla sicurezza dei prodotti.

Gli Indicatori vengono valutati per identificare le prestazioni e le tendenze operative, le lezioni apprese (ALLISS) e l'esperienza del settore condivisa.

Il monitoraggio delle prestazioni di sicurezza del prodotto prende in considerazione potenziali precursori o quasi incidenti (ovvero eventi che potrebbero aver provocato incidenti/inconvenienti).

Tutte le fonti di dati interne ed esterne disponibili su eventuali incidenti e inconvenienti vengono analizzate in modo approfondito per identificare le azioni preventive di sicurezza e migliorare le prestazioni di sicurezza dell'organizzazione.

Le prestazioni di sicurezza dei prodotti guidano gli obiettivi aziendali dell'organizzazione e determinano in modo affidabile il funzionamento dei prodotti come progettato senza causare danni o incorrere in rischi inaccettabili.

Aerosystems partecipa attivamente ai sistemi di allerta per la sicurezza dei prodotti obbligatori e volontari per condividere le informazioni all'interno del settore. Il personale esprime fiducia e fiducia nella politica e nei processi di segnalazione della sicurezza dei prodotti dell'organizzazione. Il sistema di rendicontazione viene utilizzato per prendere decisioni di gestione migliori e supporta gli sforzi di miglioramento continuo.



Product Safety

Product Safety

Gestione della Sicurezza del Prodotto – Product Safety Management

STEP 4:

[ALLISS Aerosystems Lesson Learned Information Sharing System](#)

Gli Indicatori vengono valutati per identificare le lezioni apprese (ALLISS) e l'esperienza del settore condivisa. Tali Lesson Learned dovranno essere inserite nell'ALLISS e condivise.

Esempi - Product Safety in the Design Process:

Utilizzare la Griglia di protezione (Nota a Disegno), il Filo di Legatura (Safety Wire) può ferire (Nota a Disegno: proteggere il filo con termorestringente), rimuovere spigoli vivi (note a disegno), use of Gloves for handling finished parts and components etc. etc.

L'ingegneria di Aerosystems dovrà realizzare ed implementare un [PSDPD Product Safety Design Prescriptions Database](#) al fine di realizzare una [PSDC Product Safety Design Checklist](#) da applicare a tutti i prodotti/progetti per verificare che tutte le prescrizioni di sicurezza e Lesson Learned siano state integrate e dettagliate nella documentazione di prodotto: Disegni, Note a disegno, Indicazioni, Esplosi, Istruzioni, Procedure di Collaudo, Attrezzature etc.



Product Safety

Product Safety

Segnalazioni Interne – Internal Reporting

La presente Istruzione Operativa assicura che tutti i dipendenti siano consapevoli della Sicurezza del Prodotto e che vengano eseguite segnalazioni tempestive qualora emergessero dei problemi relativi alla sicurezza dei prodotti Aerosystems.

Tutti gli operatori devono riportare le loro segnalazioni al QAM ed al QCM.

Il sistema di segnalazione per acquisire eventi relativi alla sicurezza dei prodotti e segnalazioni volontarie avviene in forma riservata.

QAM & QCM

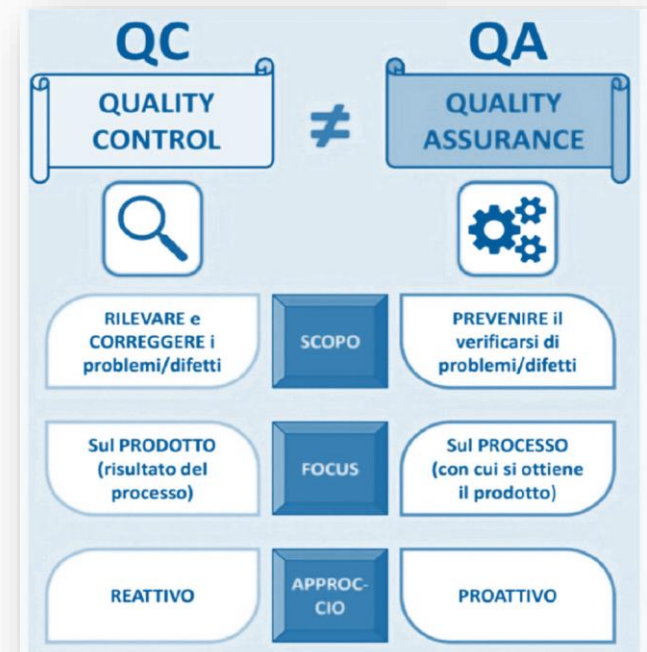
QAM & QCM

QAM Quality Assurance Manager

- PREVENIRE
- PROCESSO
- PROATTIVO

QCM Quality Control Manager

- RILEVARE e CORREGGERE
- PRODOTTO – PRODUZIONE
- REATTIVO - REAZIONE





LMS

LMS – Learning Management System



AeroNet

Allizz
Aerosystems Lesson Learned Information Sharing System



Angelica

The smart Mexican girl that knows how to answer

Joseph Sorrentino explains the foundation of Quality Assurance: **Angelica**,
The smart Mexican girl that knows how to answer.





QUESTIONS AND ANSWERS



Thanks for watching

AEROSYSTEMS S.r.l. – Precision Aerospace Components
Via San Gottardo 4, 21021 Angera (VA) Italy
www.aerosystems.it