

VISION

L'organizzazione è consapevole delle sfide e delle opportunità che il mercato impone e che per affrontare le sfide occorrono decisioni vincenti. Il processo decisionale si basa sulla raccolta delle informazioni, sull'analisi delle stesse e sull'elaborazione di scenari evolutivi, al fine di pianificare la migliore strategia aziendale. Pertanto, si ritiene di fondamentale importanza avere un sistema organizzativo che permetta di armonizzare e tenere sotto controllo i propri processi e la raccolta delle informazioni da essi derivanti. Per perseguire l'efficacia e l'efficienza aziendale, l'organizzazione si basa sui fondamenti che seguono:

RICERCA DELLA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

1. Fornire un prodotto che corrisponda ai livelli di qualità previsti dal settore, con una filiera di controlli di qualità che segua l'intero sviluppo dei prodotti, dalla fase di sviluppo durante la progettazione degli stampi fino alla vendita al Cliente perseguendo la politica interna "Zero reclami", obiettivo cui devono essere mirate le attività dell'organizzazione;
2. Utilizzo di Impianti e tecnologie all'avanguardia per garantire standard qualitativi elevati ed affidabilità al top;
3. Essere il supporto di riferimento per il Cliente, per risolvere eventuali sue problematiche relative ai prodotti attraverso consulenze specifiche; la puntualità, rapidità e flessibilità nel rendere disponibile al Cliente i prodotti, rispettando completamente i requisiti definiti in fase contrattuale;
4. Avere un parco collaboratori (compresi quelli esterni) qualificato e costantemente formato al fine di riuscire ad essere sempre aggiornati circa le evoluzioni dei settori di competenza in cui opera l'organizzazione;
5. Garantire, tramite numerosi controlli in process, un prodotto valido ed affidabile nel tempo.

COINVOLGIMENTO DEL PERSONALE

6. L'azienda si fa promotrice della formazione continua, come strumento essenziale per la costante crescita ed il mantenimento di uno standard elevato di tutte le prestazioni offerte, siano esse in ambito prettamente tecnico che di vendita dei prodotti sul mercato;
7. Tenere costantemente informato tutto il personale aziendale sugli obiettivi e sui risultati conseguiti dall'azienda;
8. Sensibilizzare il personale alla consapevolezza nell'adozione di un sistema di gestione integrato, valutandone l'efficacia periodicamente;
9. Aumentare la consapevolezza del proprio ruolo e l'implicazione di ogni attività nella soddisfazione del cliente.

L'INTERFACCIA CON IL MERCATO

10. Aumentare costantemente il giro di affari nel mercato dei ricambisti, attraverso l'adozione di strategie di marketing oppure attività promozionali per far conoscere la gamma dei prodotti offerti;
11. Aumentare la potenzialità sul territorio ottimizzando gli ambiti già acquisiti e acquisendone di nuovi attraverso la cura dell'immagine aziendale e degli aspetti commerciali.

IL MANTENIMENTO ED IL MIGLIORAMENTO DEL SISTEMA DI GESTIONE

12. Verificare l'applicazione del sistema di gestione alla norma internazionale ISO 9001 / IATF attraverso informazioni documentate, mezzi e risorse necessarie dove vengano identificate chiaramente le responsabilità, per consentire un miglioramento delle attività e il raggiungimento degli obiettivi e la qualità del prodotto reso, oltre al mantenimento di buoni livelli di performance nei confronti dei clienti;
13. Determinare i rischi e le opportunità che è necessario affrontare per garantire che il sistema possa conseguire i risultati attesi, prevenendo le possibili situazioni di non conformità e/o soddisfazione, accrescendo gli effetti desiderati dal management;
14. Acquisizione dei CSR e verifica degli stessi, anche attraverso audit verso i fornitori.

CARTIGLIANO, 16/06/2023

LA DIREZIONE


