|  |  |
| --- | --- |
| **Nome** | Debrifing |
| Descrizione | Il debrifing è una buonissima prassi messa in atto da MPR che viene attuata nel caso in cui ci sia un riscontro negativo o qualcosa da migliorare alla fine della consegna di un lavoro. Consiste nel mettersi a tavolino con una consulente esterna prendere il lavoro fatto e scorporarlo analizzandone ogni parte, cercando di capire quali sono stati i problemi, i punti di debolezza e quali le cose invece andate bene. È un confronto attivo rispetto all’andamento del lavoro in cui l’account convoca le persone coinvolte nel lavoro cercando di migliorarsi per le successive. Questa prassi viene eseguita come un brainstorming, viene costruita una griglia 3x3:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | + | = | - |
| MPR |  |  |  |
| Cliente |  |  |  |
| Fornitore |  |  |  |

con l’ausilio di post-it colorati come i colori dei semafori ogni persona deve inserire all’interno della griglia una propria riflessione sul lavoro a proposito di come sono andate le cose con MPR, il cliente e i fornitori capendo quali sono le cose andate bene, quali a livello medio e quali male. Poi si leggono le riflessioni scritte sui post-it e si analizzano una per una. In questo modo si riescono a mettere in luce le best practise e si cercano invece le soluzioni per le cose che sono andate male. |
| Soggetti coinvolti | I soggetti coinvolti sono tutte le figure coinvolte nel lavoro che ha ricevuto un feedback negativo più la consulente esterna. |
| Obiettivi e/o risultati | In questo modo si riesce a capire i propri sbagli e aiuta molto a non ripetere gli errori. Si fa un analisi attenta del proprio lavoro, cosa che molto spesso viene tralasciata, e risulta utile a perseguire risultati migliori. Sbagliando si impara, ma si impara soprattutto analizzando lo sbaglio per poi non ripeterlo. |
| Innovatività | Questa pratica è sicuramente innovativa in quanto in pochissime agenzie il momento della riflessione viene formalizzata e riconosciuta come procedura aziendale significativa. Porta via del tempo e si sa il tempo è denaro, ma riflettere e capire i propri sbagli è sicuramente un tempo speso bene, aiuterebbe di gran lunga a migliorare il livello delle agenzie. |
| Trasferibilità  | Questa pratica è certamente trasferibile in qualsiasi lavoro che comporta una commessa per un cliente. In quanto capire i punti di forza e mettere i propri errori in campo è una cosa molto utile per migliorarsi e non ripetere gli stessi. |
| **Autore** | **Lisa Deppieri** |