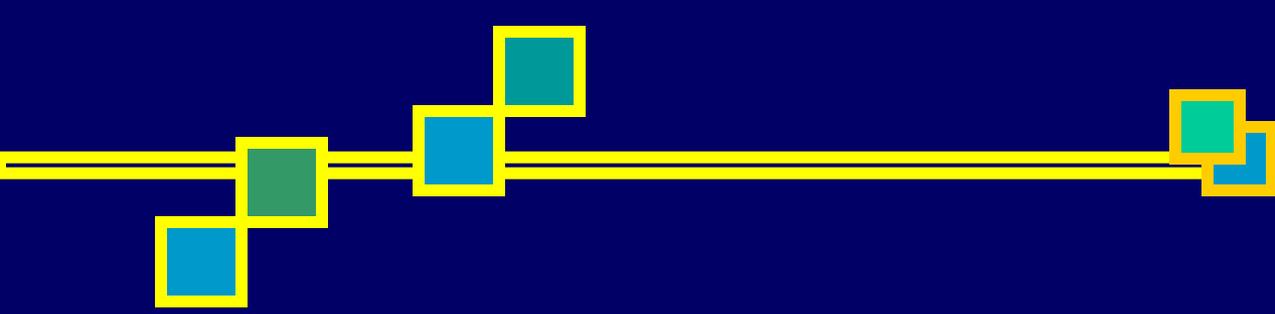


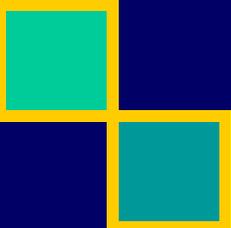
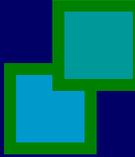
Dal controllo di processo alla
gestione dei processi





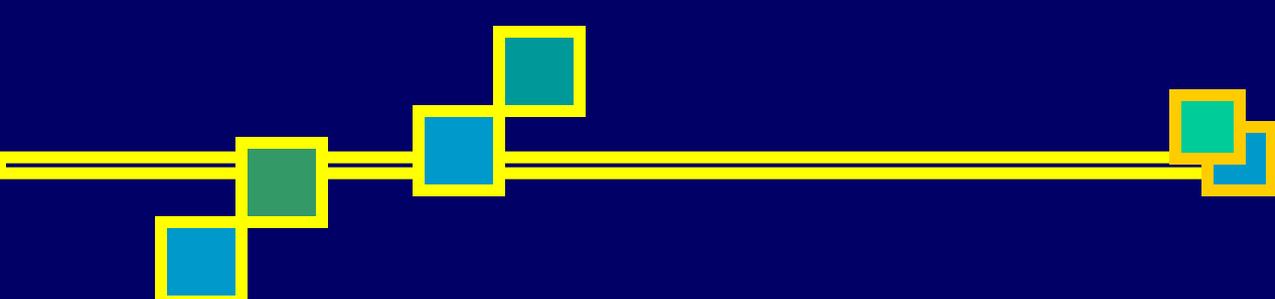
Obiettivi della giornata



- 
- Fare capire la differenza tra i clienti finali ed i clienti interni
 - Fare comprendere la gestione per processi
 - Sintetizzare il SGQ
- 

Modello ISO





Cliente/Parti interessate

Cliente: organizzazione o persona che riceve un prodotto/servizio

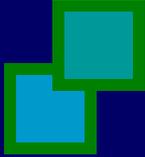
Parti interessate: coloro che hanno interesse (in un rapporto di scambio) al successo dell'organizzazione cioè al suo buon funzionamento

CLIENTI DI UN LABORATORIO

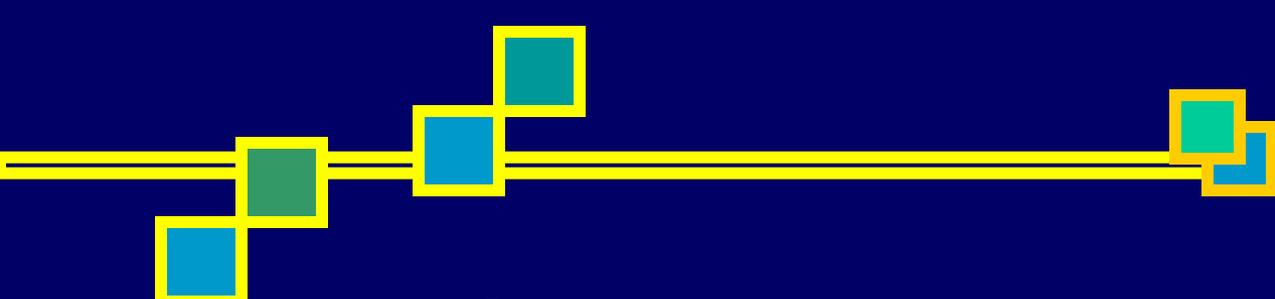
Pazienti
Medici di medicina generale
Altri laboratori

Industria Farmaceutica

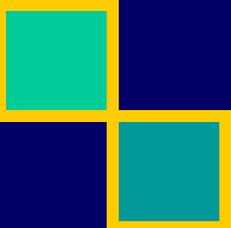
PARTI INTERESSATE



Regione
Personale
Industria Farmaceutica



Prodotto/servizio



PRODOTTO: Risultato del test di laboratorio

SERVIZIO: insieme delle caratteristiche di erogazione del prodotto

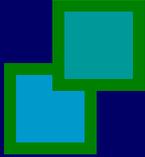
Tempo;

Modalità di consegna (come, chi ...);

Cortesia

Fascia oraria di disponibilità

...

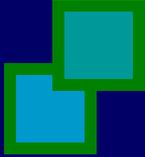




Un “nuovo” approccio

In una visione tradizionale l’obiettivo è **garantire che il prodotto** “analisi di laboratorio” sia “**tecnicamente**” **conforme ai requisiti stabiliti**

In una interpretazione “**evoluta**” la “garanzia” deve essere allargata a **tutti gli elementi dell’intero processo analitico** per assicurare la qualità totale dell’informazione fornita al cliente



Aspetti diversi della qualità

COSA OFFRO
qualità tecnica

COME LA OFFRO
qualità percepita
qualità immagine
qualità relazionale
qualità ambientale

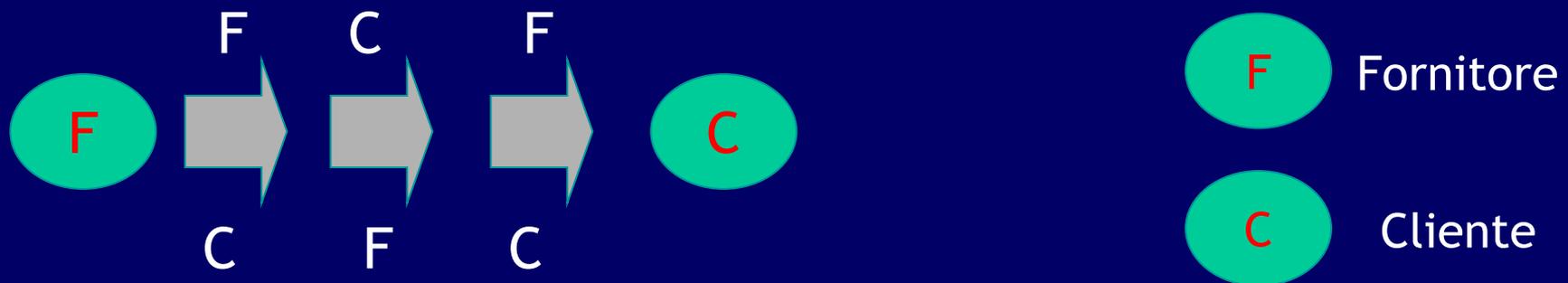
COME SONO ORGANIZZATO
qualità organizzativa

costi

La logica fornitore/cliente

Ogni elemento della catena deve:

- Conoscere e capire i bisogni del cliente finale
- Conoscere e capire i bisogni del cliente a valle
- Definire specifiche appropriate con il proprio fornitore
- Individuare i processi collegati e gli indicatori, migliorarli



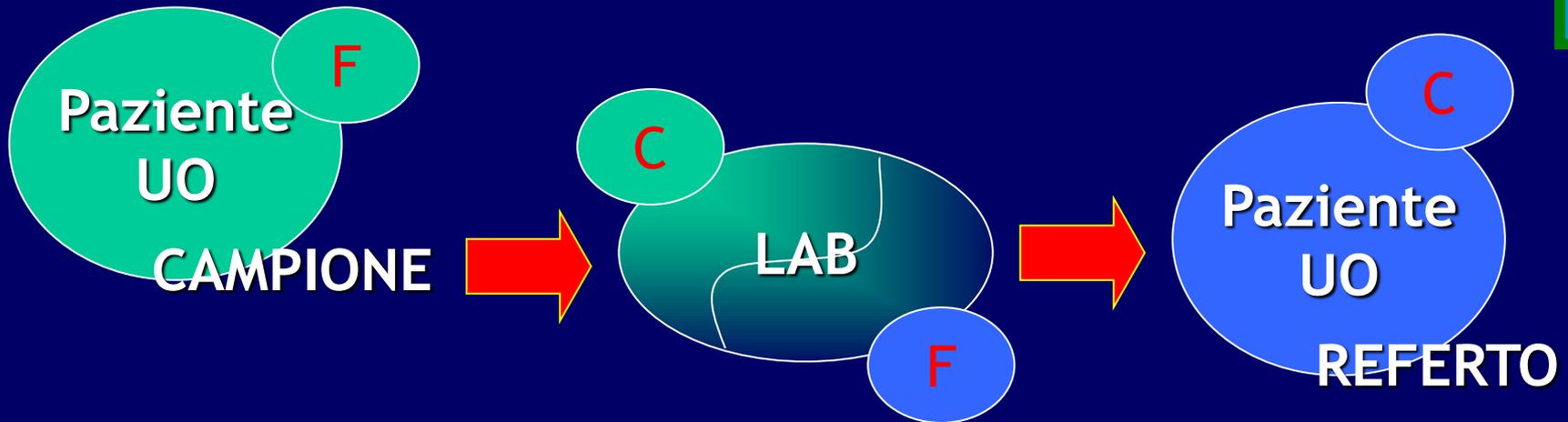
Chi sono i clienti interni di un laboratorio?

ANALISI
CRBA



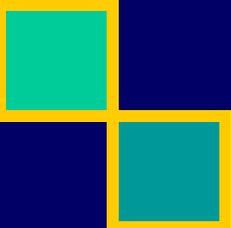
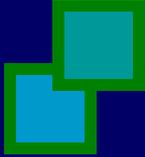
LE ALTRE UO DELLO STESSO
OSPEDALE

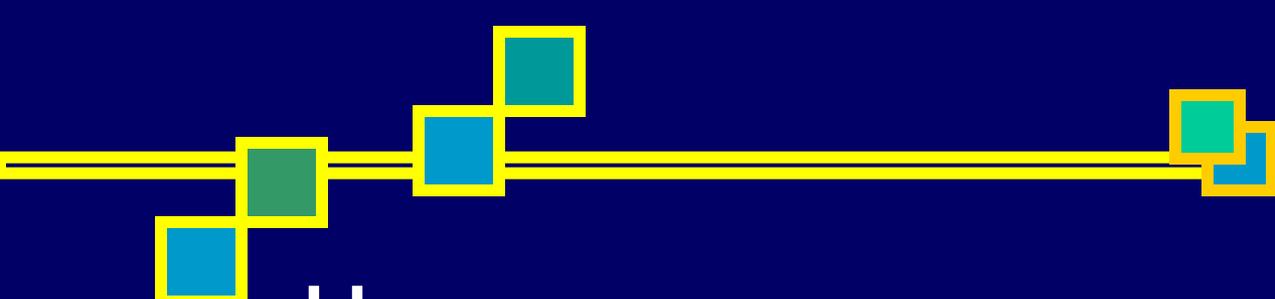
...



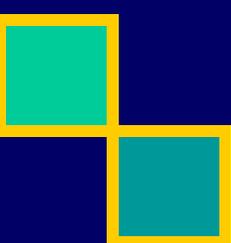


Il percorso possibile per l'elaborazione degli "impegni" dell'Azienda

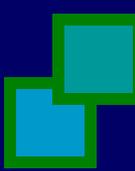
- 
1. Analizzo la situazione complessiva
 2. Identifico i clienti potenziali
 3. Misuro le loro necessità
 4. Trasformo le necessità in requisiti
 5. Identifico gli elementi qualificanti
 6. Progetto i processi
 7. Dichiaro ciò che sono in grado di erogare
 8. Erogo il servizio secondo quanto dichiarato
 9. Misuro la soddisfazione e le esigenze del cliente
 10. Analizzo i risultati
 11. Modifico i processi
 12. Dichiaro i nuovi elementi caratterizzanti
- 
- 



Una cosa comune...

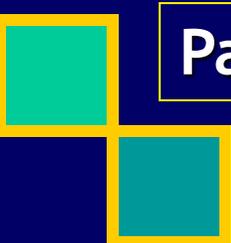


Molte aziende si concentrano sulla soddisfazione dei clienti esterni, quindi assegnano priorità ai processi che si interfacciano direttamente con questi. Per fare funzionare bene questi (chiamati principali) occorre però studiare le relazioni con i processi interni (che producono valore solo all'interno dell'azienda e sono spesso detti “di supporto”)





Il processo analitico

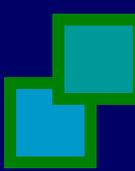


Paziente

Consegna

Validazione

Analisi



Prelievo

Trasporto

Accettazione

Referto



Il processo analitico e i processi di supporto



Prelievo

Gestione strumenti



Accettazione

Conservazione

Formazione

Trasporto

Comunicazione

Analisi

Validazione metodi

Validazione



Referto

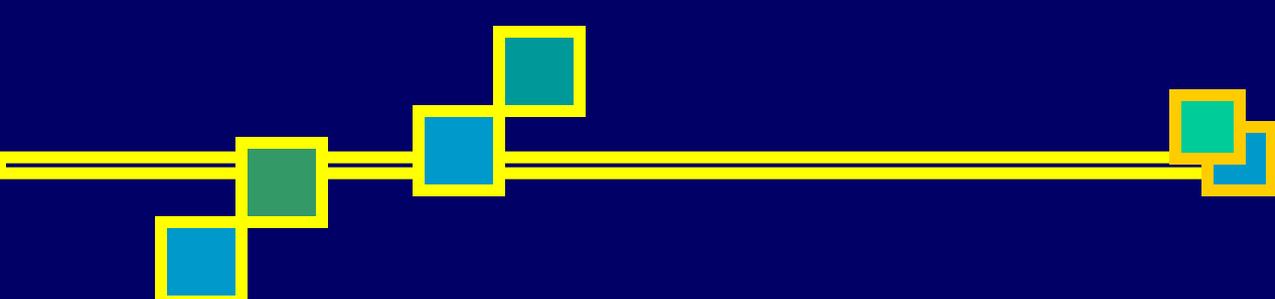
Controllo analitico

Consegna

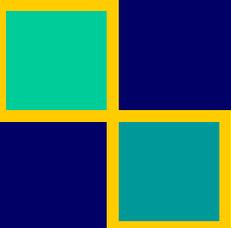
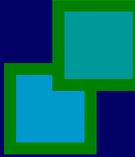
Controllo del software

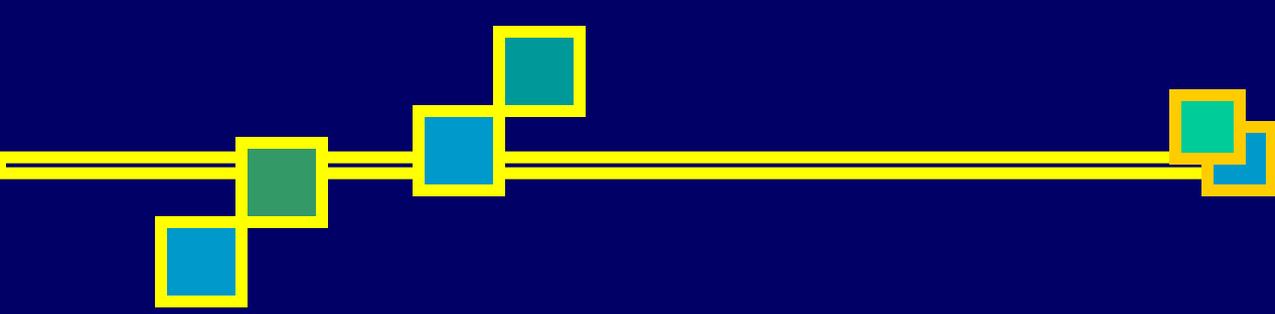
Identificazione

Valutazione fornitori

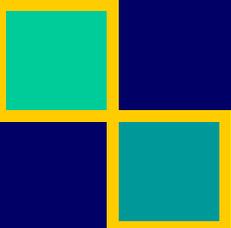


Tre tappe

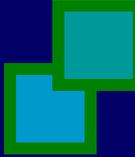
- 
- **Descrivere i processi**, analizzarli ed inserire spunti di miglioramento
 - **Gestire i processi**, vederne le relazioni, identificare gli indicatori, misurarli e migliorare (rete dei processi)
 - **Gestire per processi**, rivedere l'organizzazione per mettere al centro i clienti ed i processi e non le unità operative
- 



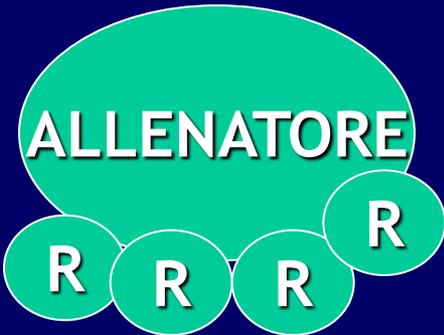
Gestire per processi



Gestire la rete dei processi interni (ed esterni)

- Il processo è orientato al cliente
 - Il processo serve per produrre valore aggiunto
 - I processi semplici richiedono conoscenze complesse
 - L'allenatore e la squadra
- 

La gestione per processi



RP comunicazione

RP formazione

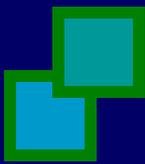
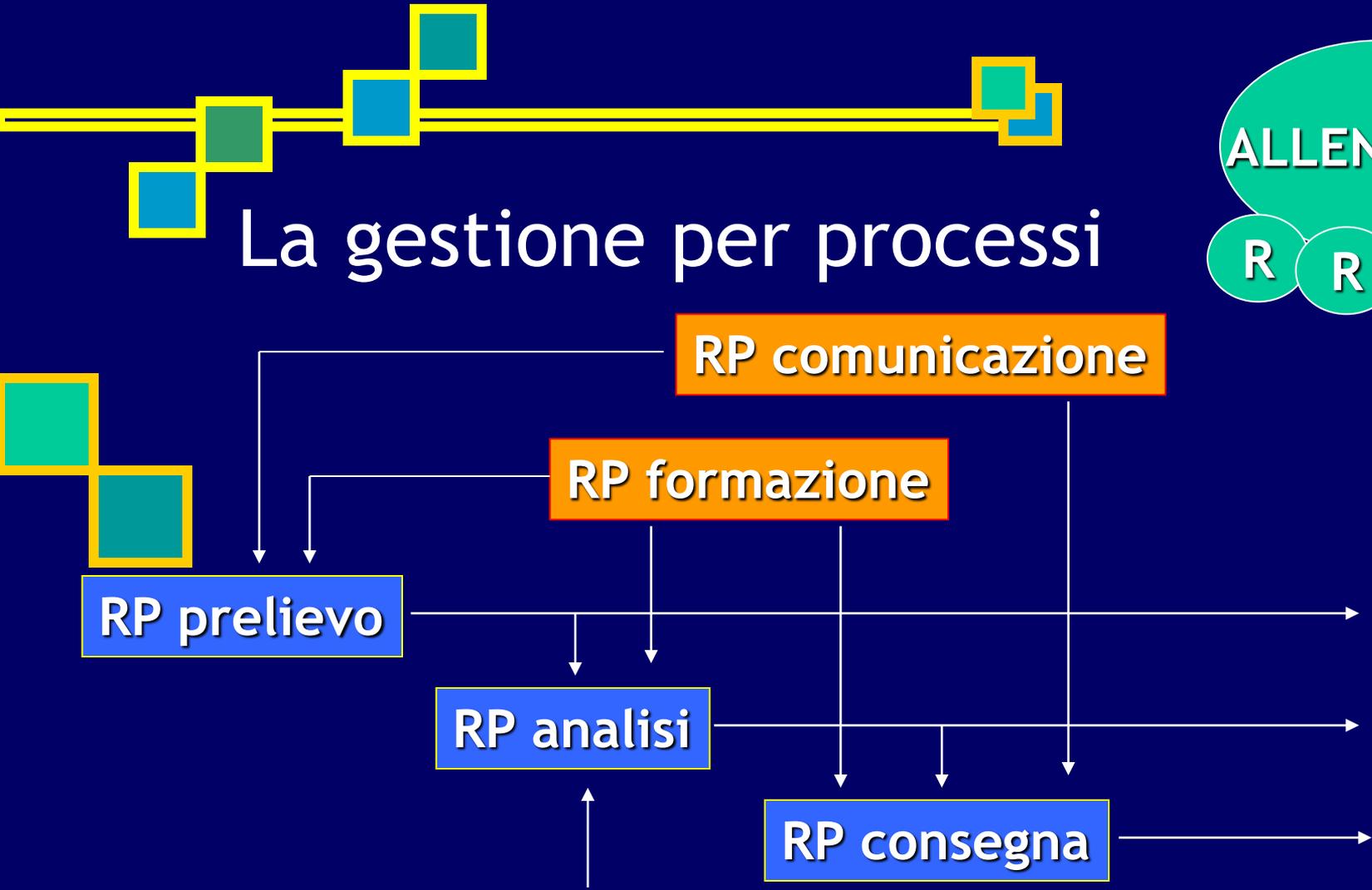
RP prelievo

RP analisi

RP consegna

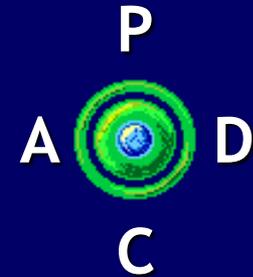
RP gest. strumenti

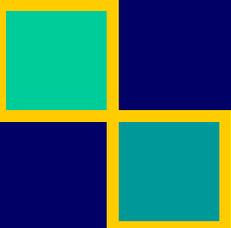
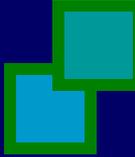
CLIENTE





Metodo...



- 
- Individuare i processi
 - Analizzarli e studiarli
 - Individuare le relazioni
 - Definire i punti di cambiamento
 - Attivare le azioni
 - Governare i processi
 - Misurare i risultati ottenuti
- 

Modello ISO



SODDISFACIMENTO