

## COSTRUZIONE DEL MIO PIANO DI LAVORO

Prendetevi un tempo adeguato per iniziare a rispondere a queste domande, in realtà è un lavoro continuo che dovrebbe seguire ogni vostro passo professionale.

### **1) Conoscenza di Sé stessi**

- Quali specifiche attività professionali so fare?
- Quali sono le mie principali competenze?
- Quali sono le mie caratteristiche personali salienti?
- Quali sono i miei limiti e punti deboli?
- Quali sono i miei punti di forza?

Riassumendo, gli aspetti su cui mettere attenzione sono:

- Che cosa voglio: valori, desideri, interessi e motivazioni.
- Quali sono i miei punti di forza e di debolezza: curriculari, familiari, economici e sociali.
- Su cosa posso contare: capacità, competenza, potenzialità, attitudini e personalità.

### **2) Analisi della fascia di mercato a cui volete rivolgervi**

- quale tipologia di problematica volete gestire?
- in quale zona volete lavorare?
- dove posso intercettare i miei potenziali clienti sul territorio?
- quali modalità posso adottare per comunicare ai miei clienti i miei servizi?

### **3) Analisi del territorio mercato**

- se esistono nella zona da voi individuata per lavorare altri professionisti che offrono il vostro stesso servizio?
- chi si occupa di famiglia e genitorialità sul territorio?
- ci sono centri pubblici e/o privati?
- chi sono i referenti in ciascun servizio?
- è diffuso, conosciuto, presente il servizio che volete offrire, ad esempio la mediazione familiare?

### **4) Definizione degli obiettivi da raggiungere**

Un obiettivo deve essere SMART:

- Specifico: dev'essere definito e tangibile
- Misurabile: deve poter essere espresso in numeri
- Accordato: dev'essere condiviso, quindi coerente con ciò che volete
- Realistico: commisurato alle risorse e capacità di cui disponete
- Tempificato: deve prevedere un tempo in cui raggiungere l'obiettivo e una serie di step intermedi.

Scegliete tre obiettivi di cui uno a breve, uno a medio e uno a lungo termine. Ciascuno deve essere SMART

**5) Identificare le strategie di marketing da intraprendere**

Provate ad identificare gli strumenti che volete utilizzare per farvi conoscere: marketing tradizionale, quindi brochure, volantini, bigliettini da visita ed eventi di promozione, che le tecniche di internet marketing

**6) Gestione delle risorse economiche**

Nello specifico il preventivo di spesa deve prevedere: risorse umane di cui vi vorrete avvalere, o di cui il servizio necessita, quindi una segretaria e/o altri professionisti; le attrezzature della sede dove si svolgeranno le attività, quindi arredamento, attrezzatura varia; spese per la promozione (bigliettini da visita, brochure, sito web); spese per la gestione del servizio (utenze varie, spese commercialista). Definite un realistico preventivo di spesa e un realistico flusso di cassa, tenendo conto delle tasse.