

*«Determinazione del Ranking (graduatoria)  
dei Fattori Critici di Successo (FCS) di un'azienda»*

Paolo Petrucciani

## *Obiettivi del Ranking e Metodologia di lavoro*

- ❶ Determinare la graduatoria (ranking) dei Fattori Critici di Successo (CSF) aziendali, da parte di tutto il Governance Team (5 membri), per avere un riferimento complessivo collettivo di cui tenere conto nelle situazioni organizzative e di lavoro
- ❷ Stabilire una «propria metrica aziendale» per avere una consapevolezza chiara di come si percepiscono una serie di elementi strategico-organizzativi, sia per la loro rilevanza nel funzionamento operativo, che per il suo sviluppo di business, e in definitiva su come si percepiscono i propri colleghi e collaboratori

### Metodologia di lavoro «paired comparison»

- Ogni componente del Governance Team, sulla base della matrice pre-impostata «paired comparison», indica la propria «percezione» dell'importanza relativa dei Fattori Critici di Successo (CSF) aziendali, avendo a mente «il loro valore e impatto» per l'azienda
- Attraverso programmi di calcolo «ad hoc» verrà elaborato un risultato, che, tenendo in considerazione le «percezioni individuali», secondo il confronto «a coppie», presenta il Ranking finale dei Fattori Critici di Successo (CSF) aziendali

# Matrice «paired comparison» CSF - vuota

PAIRED COMPARISON CSF  
(ASPETTI DI ORIENTAMENTO STRATEGICO)  
(FATTORI CRITICI DI SUCCESSO - CSF)

MATRICE PAIRED COMPARISON VUOTA

	CSF 1	CSF 2	CSF 3	CSF 4	CSF 5	CSF 6	CSF 7	CSF 8	CSF 9
<b>CSF (Critical Success Factors = Fattori Critici di Successo)</b> <b>AZIENDA XXX</b>									
CSF 1: Strategicità per l'azienda (valore aggiunto o creazione valore per l'azienda)	X	0	0	0	0	0	0	0	0
CSF 2: Ampiezza della platea/portfolio clienti/utENZE servite (direttamente o tramite altre risorse/progetti interni/esterni coordinati)	2	X	0	0	0	0	0	0	0
CSF 3: Livello di partecipazione/engagement ed involvement attivo complessivo allo sviluppo business aziendale	2	2	X	0	0	0	0	0	0
CSF 4: Time to advisory: velocità di reporting e advocacy all'azienda/alla struttura di appartenenza	2	2	2	X	0	0	0	0	0
CSF 5: Qualità e significatività dell'output fornito nel proprio lavoro	2	2	2	2	X	0	0	0	0
CSF 6: Facilità di raccolta informazioni/dati dal personale interessato (progetti, prospects, ecc.)	2	2	2	2	2	X	0	0	0
CSF 7: Apporto di nuove idee, originalità e innovazione per l'organizzazione	2	2	2	2	2	2	X	0	0
CSF 8: Contributo all'incremento qualitativo (tematiche) e complessivo dell'investimento in conoscenze specialistiche, metodologiche e/o manageriali	2	2	2	2	2	2	2	X	0
CSF 9: Affidabilità azioni nel tempo (considerare durata, stabilità)	2	2	2	2	2	2	2	2	X

# Esempio di Matrice «paired comparison» CSF - compilata

PAIRED COMPARISON CSF  
(ASPETTI DI ORIENTAMENTO STRATEGICO)

(FATTORI CRITICI DI SUCCESSO - CSF)

VALUTATORE:

DATA:

	C S F	C S F	C S F	C S F	C S F	C S F	C S F	C S F	C S F	TOTALI	RANK
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
<b>CSF (Critical Success Factors = Fattori Critici di Successo)</b> <b>AZIENDA XXX</b>											
CSF 1: Strategicità per l'azienda (valore aggiunto o creazione valore per l'azienda)	X	2	1	2	2	0	1	1	1	10	3
CSF 2: Ampiezza della platea/portfolio clienti/utenze servite (direttamente o tramite altre risorse/progetti interni/esterni coordinati)	0	X	0	2	2	1	1	1	0	7	6
CSF 3: Livello di partecipazione/engagement ed involvement attivo complessivo allo sviluppo business aziendale	1	2	X	2	2	1	0	1	2	11	2
CSF 4: Time to advisory: velocità di reporting e advocacy all'azienda/alla struttura di appartenenza	0	0	0	X	1	2	0	0	1	4	8
CSF 5: Qualità e significatività dell'output fornito nel proprio lavoro	0	0	0	1	X	1	0	0	0	2	9
CSF 6: Facilità di raccolta informazioni/dati dal personale interessato (progetti, prospects, ecc.)	2	1	1	0	1	X	0	1	1	7	6
CSF 7: Apporto di nuove idee, originalità e innovazione per l'organizzazione	1	1	2	2	2	2	X	2	0	12	1
CSF 8: Contributo all'incremento qualitativo (tematiche) e complessivo dell'investimento in conoscenze specialistiche, metodologiche e/o manageriali	1	1	1	2	2	1	0	X	1	9	5
CSF 9: Affidabilità azioni nel tempo (considerare durata, stabilità)	1	2	0	1	2	1	2	1	X	10	3

	6	9	5	12	14	9	4	7	6	72	72
REVERSE RANK	3	6	2	8	9	6	1	5	3	72	

Votazioni per completare la tabella:

Leggendo da sinistra a destra:

Se CSF X (in riga) è **più importante** di CSF Y (in colonna) allora **votare 2**

Se CSF X (in riga) è **meno importante** di CSF Y (in colonna) allora **votare 0**

Se CSF X (in riga) è **ugualmente importante** di CSF Y (in colonna) allora **votare 1**

**Esempio:** se CSF 5 = Qualità e significatività dell'output fornito nel proprio lavoro è più importante di CSF 9 = Affidabilità azioni nel tempo (considerare durata, stabilità), allora votare 2, se ugualmente importante votare 1, se meno importante votare 0

# Esempio di «paired comparison» compilata per i CSF – ordinati per importanza

**PAIRED COMPARISON CSF**  
**(ASPETTI DI ORIENTAMENTO STRATEGICO)**  
**(FATTORI CRITICI DI SUCCESSO - CSF)**  
**VALUTATORE:**  
**DATA:**

	TOTALI	RANK
<b>CSF (Critical Success Factors = Fattori Critici di Successo)</b> <b>AZIENDA XXX - ordinati per importanza</b>		
CSF 7: Apporto di nuove idee, originalità e innovazione per l'organizzazione	12	1
CSF 3: Livello di partecipazione/engagement ed involvement attivo complessivo allo sviluppo business aziendale	11	2
CSF 1: Strategicità per l'azienda (valore aggiunto o creazione valore per l'azienda)	10	3
CSF 9: Affidabilità azioni nel tempo (considerare durata, stabilità)	10	3
CSF 8: Contributo all'incremento qualitativo (tematiche) e complessivo dell'investimento in conoscenze specialistiche, metodologiche e/o manageriali	9	5
CSF 2: Ampiezza della platea/portfolio clienti/utenze servite (direttamente o tramite altre risorse/progetti interni/esterni coordinati)	7	6
CSF 6: Facilità di raccolta informazioni/dati dal personale interessato (progetti, prospects, ecc.)	7	6
CSF 4: Time to advisory: velocità di reporting e advocacy all'azienda/alla struttura di appartenenza	4	8
CSF 5: Qualità e significatività dell'output fornito nel proprio lavoro	2	9
	72	



## Come si compila la «paired comparison»

### Obiettivo

confrontare ogni Fattore CSF X (per riga) → con ogni Fattore CSF Y <> da X (per colonna) e decidere una «valutazione di vantaggio»

### Come operare

- se nel confronto tra il Fattore CSF X (in riga) e il Fattore CSF Y (in colonna) non notate differenze di importanza indicate 1 (uguale importanza)
- se valutate un vantaggio apprezzabile del Fattore CSF X rispetto al Fattore CSF Y indicate 2 (più importante)
- se valutate un vantaggio apprezzabile del Fattore CSF Y rispetto al Fattore CSF X indicate 0 (meno importante)

### Nota bene:

Il confronto (comparison) si fa uno ad uno (a coppie - paired), confrontando tutti i Fattori CSF in riga (dal primo CSF 1=Qualità e significatività dell'output fornito ....., all'ultimo: CSF 9=CSF 9: Affidabilità azioni nel tempo ...) con tutti gli altri Fattori CSF in colonna, dal primo a sinistra, CSF 2, all'ultimo a destra, CSF 9. La matrice è vuota nella «diagonale» (per evitare il confronto di ogni CSF con sé stesso).

Le caselle a sinistra della diagonale non devono essere compilate (sono i complementi a 2 dei punteggi assegnati a destra della diagonale), i loro valori verranno infatti elaborati automaticamente

# Valutatore 1 - finale

PAIRED COMPARISON CSF  
(ASPETTI DI ORIENTAMENTO STRATEGICO)  
(FATTORI CRITICI DI SUCCESSO - CSF)

VALUTATORE: 1

DATA:

	CSF 1	CSF 2	CSF 3	CSF 4	CSF 5	CSF 6	CSF 7	CSF 8	CSF 9	TOTALI	RANK CSF
<b>CSF (Critical Success Factors = Fattori Critici di Successo)</b> <b>AZIENDA XXX</b>											
CSF 1: Strategicità per l'azienda (valore aggiunto o creazione valore per l'azienda)	X	2	1	2	2	2	1	1	2	13	1
CSF 2: Ampiezza della platea/portfolio clienti/utenze servite (direttamente o tramite altre risorse/progetti interni/esterni coordinati)	0	X	0	0	0	0	1	1	1	3	8
CSF 3: Livello di partecipazione/engagement ed involvement attivo complessivo allo sviluppo business aziendale	1	2	X	2	2	2	1	1	1	12	2
CSF 4: Time to advisory: velocità di reporting e advocacy all'azienda/alla struttura di appartenenza	0	2	0	X	1	2	1	1	1	8	5
CSF 5: Qualità e significatività dell'output fornito nel proprio lavoro	0	2	0	1	X	2	0	1	1	7	6
CSF 6: Facilità di raccolta informazioni/dati dal personale interessato (progetti, prospects, ecc.)	0	2	0	0	0	X	0	0	0	2	9
CSF 7: Apporto di nuove idee, originalità e innovazione per l'organizzazione	1	1	1	1	2	2	X	1	2	11	3
CSF 8: Contributo all'incremento qualitativo (tematiche) e complessivo dell'investimento in conoscenze specialistiche, metodologiche e/o manageriali	1	1	1	1	1	2	1	X	2	10	4
CSF 9: Affidabilità azioni nel tempo (considerare durata, stabilità)	0	1	1	1	1	2	0	0	X	6	7
REVERSE RANK	3	13	4	8	9	14	5	6	10	72	
	1	8	2	5	6	9	3	4	7	72	

Votazioni per completare la tabella:  
Leggendo da sinistra a destra:  
Se CSF X (in riga) è più importante di CSF Y (in colonna) allora votare 2  
Se CSF X (in riga) è meno importante di CSF Y (in colonna) allora votare 0  
Se CSF X (in riga) è ugualmente importante di CSF Y (in colonna) allora votare 1

Esempio: se CSF 5 = Qualità e significatività dell'output fornito nel proprio lavoro e piu' importante di CSF 9 = Affidabilità azioni nel tempo (considerare durata, stabilità), allora votare 2, se ugualmente importante votare 1, se meno importante votare 0

PAIRED COMPARISON CSF  
(ASPETTI DI ORIENTAMENTO STRATEGICO)  
(FATTORI CRITICI DI SUCCESSO - CSF)

VALUTATORE: 1

DATA:

	TOTALI	RANK CSF (ordinato)
<b>CSF (Critical Success Factors = Fattori Critici di Successo)</b> <b>AZIENDA XXX - ordinati per importanza</b>		
CSF 1: Strategicità per l'azienda (valore aggiunto o creazione valore per l'azienda)	13	1
CSF 3: Livello di partecipazione/engagement ed involvement attivo complessivo allo sviluppo business aziendale	12	2
CSF 7: Apporto di nuove idee, originalità e innovazione per l'organizzazione	11	3
CSF 8: Contributo all'incremento qualitativo (tematiche) e complessivo dell'investimento in conoscenze specialistiche, metodologiche e/o manageriali	10	4
CSF 4: Time to advisory: velocità di reporting e advocacy all'azienda/alla struttura di appartenenza	8	5
CSF 5: Qualità e significatività dell'output fornito nel proprio lavoro	7	6
CSF 9: Affidabilità azioni nel tempo (considerare durata, stabilità)	6	7
CSF 2: Ampiezza della platea/portfolio clienti/utenze servite (direttamente o tramite altre risorse/progetti interni/esterni coordinati)	3	8
CSF 6: Facilità di raccolta informazioni/dati dal personale interessato (progetti, prospects, ecc.)	2	9
	72	

# Valutatore 2 - finale

PAIRED COMPARISON CSF  
(ASPETTI DI ORIENTAMENTO STRATEGICO)  
(FATTORI CRITICI DI SUCCESSO - CSF)

VALUTATORE: 2

DATA:

	CSF 1	CSF 2	CSF 3	CSF 4	CSF 5	CSF 6	CSF 7	CSF 8	CSF 9	TOTALI	RANK CSF
<b>CSF (Critical Success Factors = Fattori Critici di Successo)</b> <b>AZIENDA XXX</b>											
CSF 1: Strategicità per l'azienda (valore aggiunto o creazione valore per l'azienda)	X	0	0	1	0	1	2	0	1	5	7
CSF 2: Ampiezza della platea/portfolio clienti/utenze servite (direttamente o tramite altre risorse/progetti interni/esterni coordinati)	2	X	2	2	1	1	2	0	1	11	2
CSF 3: Livello di partecipazione/engagement ed involvement attivo complessivo allo sviluppo business aziendale	2	0	X	1	2	2	1	0	2	10	3
CSF 4: Time to advisory: velocità di reporting e advocacy all'azienda/alla struttura di appartenenza	1	0	1	X	0	1	0	0	1	4	9
CSF 5: Qualità e significatività dell'output fornito nel proprio lavoro	2	1	0	2	X	0	0	0	1	6	6
CSF 6: Facilità di raccolta informazioni/dati dal personale interessato (progetti, prospects, ecc.)	1	1	0	1	2	X	0	0	0	5	7
CSF 7: Apporto di nuove idee, originalità e innovazione per l'organizzazione	0	0	1	2	2	2	X	0	1	8	4
CSF 8: Contributo all'incremento qualitativo (tematiche) e complessivo dell'investimento in conoscenze specialistiche, metodologiche e/o manageriali	2	2	2	2	2	2	2	X	1	15	1
CSF 9: Affidabilità azioni nel tempo (considerare durata, stabilità)	1	1	0	1	1	2	1	1	X	8	4
	11	5	6	12	10	11	8	1	8	72	
REVERSE RANK	7	2	3	9	6	7	4	1	4	72	

Votazioni per completare la tabella:  
Leggendo da sinistra a destra:  
Se CSF X (in riga) è più importante di CSF Y (in colonna) allora votare 2  
Se CSF X (in riga) è meno importante di CSF Y (in colonna) allora votare 0  
Se CSF X (in riga) è ugualmente importante di CSF Y (in colonna) allora votare 1

Esempio: se CSF 5 = Qualità e significatività dell'output fornito nel proprio lavoro e piu' importante di CSF 9 = Affidabilità azioni nel tempo (considerare durata, stabilità), allora votare 2, se ugualmente importante votare 1, se meno importante votare 0

PAIRED COMPARISON CSF  
(ASPETTI DI ORIENTAMENTO STRATEGICO)  
(FATTORI CRITICI DI SUCCESSO - CSF)

VALUTATORE: 2

DATA:

	TOTALI	RANK CSF
<b>CSF (Critical Success Factors = Fattori Critici di Successo)</b> <b>AZIENDA XXX - ordinati per importanza</b>		
CSF 8: Contributo all'incremento qualitativo (tematiche) e complessivo dell'investimento in conoscenze specialistiche, metodologiche e/o manageriali	15	1
CSF 2: Ampiezza della platea/portfolio clienti/utenze servite (direttamente o tramite altre risorse/progetti interni/esterni coordinati)	11	2
CSF 3: Livello di partecipazione/engagement ed involvement attivo complessivo allo sviluppo business aziendale	10	3
CSF 7: Apporto di nuove idee, originalità e innovazione per l'organizzazione	8	4
CSF 9: Affidabilità azioni nel tempo (considerare durata, stabilità)	8	4
CSF 5: Qualità e significatività dell'output fornito nel proprio lavoro	6	6
CSF 1: Strategicità per l'azienda (valore aggiunto o creazione valore per l'azienda)	5	7
CSF 6: Facilità di raccolta informazioni/dati dal personale interessato (progetti, prospects, ecc.)	5	7
CSF 4: Time to advisory: velocità di reporting e advocacy all'azienda/alla struttura di appartenenza	4	9
	72	



# Valutatore 3 - finale

PAIRED COMPARISON CSF  
(ASPETTI DI ORIENTAMENTO STRATEGICO)  
(FATTORI CRITICI DI SUCCESSO - CSF)

VALUTATORE: 3

DATA:

	CSF 1	CSF 2	CSF 3	CSF 4	CSF 5	CSF 6	CSF 7	CSF 8	CSF 9	TOTALI	RANK CSF
<b>CSF (Critical Success Factors = Fattori Critici di Successo)</b> <b>AZIENDA XXX</b>											
CSF 1: Strategicità per l'azienda (valore aggiunto o creazione valore per l'azienda)	X	2	0	2	1	2	1	2	2	12	3
CSF 2: Ampiezza della platea/portfolio clienti/utenze servite (direttamente o tramite altre risorse/progetti interni/esterni coordinati)	0	X	0	2	0	2	0	0	0	4	7
CSF 3: Livello di partecipazione/engagement ed involvement attivo complessivo allo sviluppo business aziendale	2	2	X	2	1	2	1	2	2	14	1
CSF 4: Time to advisory: velocità di reporting e advocacy all'azienda/alla struttura di appartenenza	0	0	0	X	0	1	0	1	0	2	8
CSF 5: Qualità e significatività dell'output fornito nel proprio lavoro	1	2	1	2	X	2	1	2	2	13	2
CSF 6: Facilità di raccolta informazioni/dati dal personale interessato (progetti, prospects, ecc.)	0	0	0	1	0	X	0	0	1	2	8
CSF 7: Apporto di nuove idee, originalità e innovazione per l'organizzazione	1	2	1	2	1	2	X	1	2	12	3
CSF 8: Contributo all'incremento qualitativo (tematiche) e complessivo dell'investimento in conoscenze specialistiche, metodologiche e/o manageriali	0	2	0	1	0	2	1	X	2	8	5
CSF 9: Affidabilità azioni nel tempo (considerare durata, stabilità)	0	2	0	2	0	1	0	0	X	5	6
REVERSE RANK	4	12	2	14	3	14	4	8	11	72	
	3	7	1	8	2	8	3	5	6	72	

Votazioni per completare la tabella:  
Leggendo da sinistra a destra:  
Se CSF X (in riga) è più importante di CSF Y (in colonna) allora votare 2  
Se CSF X (in riga) è meno importante di CSF Y (in colonna) allora votare 0  
Se CSF X (in riga) è ugualmente importante di CSF Y (in colonna) allora votare 1

Esempio: se CSF 5 = Qualità e significatività dell'output fornito nel proprio lavoro e' piu' importante di CSF 9 = Affidabilità azioni nel tempo (considerare durata, stabilità), allora votare 2, se ugualmente importante votare 1, se meno importante votare 0

PAIRED COMPARISON CSF  
(ASPETTI DI ORIENTAMENTO STRATEGICO)  
(FATTORI CRITICI DI SUCCESSO - CSF)

VALUTATORE: 3

DATA:

	TOTALI	RANK CSF
<b>CSF (Critical Success Factors = Fattori Critici di Successo)</b> <b>AZIENDA XXX - ordinati per importanza</b>		
CSF 3: Livello di partecipazione/engagement ed involvement attivo complessivo allo sviluppo business aziendale	14	1
CSF 5: Qualità e significatività dell'output fornito nel proprio lavoro	13	2
CSF 1: Strategicità per l'azienda (valore aggiunto o creazione valore per l'azienda)	12	3
CSF 7: Apporto di nuove idee, originalità e innovazione per l'organizzazione	12	3
CSF 8: Contributo all'incremento qualitativo (tematiche) e complessivo dell'investimento in conoscenze specialistiche, metodologiche e/o manageriali	8	5
CSF 9: Affidabilità azioni nel tempo (considerare durata, stabilità)	5	6
CSF 2: Ampiezza della platea/portfolio clienti/utenze servite (direttamente o tramite altre risorse/progetti interni/esterni coordinati)	4	7
CSF 4: Time to advisory: velocità di reporting e advocacy all'azienda/alla struttura di appartenenza	2	8
CSF 6: Facilità di raccolta informazioni/dati dal personale interessato (progetti, prospects, ecc.)	2	8
	72	

# Valutatore 4 - finale

PAIRED COMPARISON CSF  
(ASPETTI DI ORIENTAMENTO STRATEGICO)  
(FATTORI CRITICI DI SUCCESSO - CSF)

VALUTATORE: 4

DATA:

	CSF 1	CSF 2	CSF 3	CSF 4	CSF 5	CSF 6	CSF 7	CSF 8	CSF 9	TOTALI	RANK CSF
<b>CSF (Critical Success Factors = Fattori Critici di Successo)</b> <b>AZIENDA XXX</b>											
CSF 1: Strategicità per l'azienda (valore aggiunto o creazione valore per l'azienda)	X	2	0	2	0	2	2	2	2	12	2
CSF 2: Ampiezza della platea/portfolio clienti/utenze servite (direttamente o tramite altre risorse/progetti interni/esterni coordinati)	0	X	0	2	0	2	0	0	0	4	7
CSF 3: Livello di partecipazione/engagement ed involvement attivo complessivo allo sviluppo business aziendale	2	2	X	2	2	1	2	2	1	14	1
CSF 4: Time to advisory: velocità di reporting e advocacy all'azienda/alla struttura di appartenenza	0	0	0	X	0	2	0	1	2	5	6
CSF 5: Qualità e significatività dell'output fornito nel proprio lavoro	2	2	0	2	X	2	1	1	2	12	2
CSF 6: Facilità di raccolta informazioni/dati dal personale interessato (progetti, prospects, ecc.)	0	0	1	0	0	X	0	1	1	3	9
CSF 7: Apporto di nuove idee, originalità e innovazione per l'organizzazione	0	2	0	2	1	2	X	2	2	11	4
CSF 8: Contributo all'incremento qualitativo (tematiche) e complessivo dell'investimento in conoscenze specialistiche, metodologiche e/o manageriali	0	2	0	1	1	1	0	X	2	7	5
CSF 9: Affidabilità azioni nel tempo (considerare durata, stabilità)	0	2	1	0	0	1	0	0	X	4	7
REVERSE RANK	4	12	2	11	4	13	5	9	12	72	72
2	7	1	6	2	9	4	5	7			

Votazioni per completare la tabella:  
Leggendo da sinistra a destra:  
Se CSF X (in riga) è più importante di CSF Y (in colonna) allora votare 2  
Se CSF X (in riga) è meno importante di CSF Y (in colonna) allora votare 0  
Se CSF X (in riga) è ugualmente importante di CSF Y (in colonna) allora votare 1

Esempio: se CSF 5 = Qualità e significatività dell'output fornito nel proprio lavoro e' piu' importante di CSF 9 = Affidabilità azioni nel tempo (considerare durata, stabilità), allora votare 2, se ugualmente importante votare 1, se meno importante votare 0

PAIRED COMPARISON CSF  
(ASPETTI DI ORIENTAMENTO STRATEGICO)  
(FATTORI CRITICI DI SUCCESSO - CSF)

VALUTATORE: 4

DATA:

	TOTALI	RANK CSF
<b>CSF (Critical Success Factors = Fattori Critici di Successo)</b> <b>AZIENDA XXX - ordinati per importanza</b>		
CSF 3: Livello di partecipazione/engagement ed involvement attivo complessivo allo sviluppo business aziendale	14	1
CSF 1: Strategicità per l'azienda (valore aggiunto o creazione valore per l'azienda)	12	2
CSF 5: Qualità e significatività dell'output fornito nel proprio lavoro	12	2
CSF 7: Apporto di nuove idee, originalità e innovazione per l'organizzazione	11	4
CSF 8: Contributo all'incremento qualitativo (tematiche) e complessivo dell'investimento in conoscenze specialistiche, metodologiche e/o manageriali	7	5
CSF 4: Time to advisory: velocità di reporting e advocacy all'azienda/alla struttura di appartenenza	5	6
CSF 2: Ampiezza della platea/portfolio clienti/utenze servite (direttamente o tramite altre risorse/progetti interni/esterni coordinati)	4	7
CSF 9: Affidabilità azioni nel tempo (considerare durata, stabilità)	4	7
CSF 6: Facilità di raccolta informazioni/dati dal personale interessato (progetti, prospects, ecc.)	3	9
	72	

# Valutatore 5 - finale

PAIRED COMPARISON CSF  
(ASPETTI DI ORIENTAMENTO STRATEGICO)  
(FATTORI CRITICI DI SUCCESSO - CSF)

VALUTATORE: 5

DATA:

	CSF 1	CSF 2	CSF 3	CSF 4	CSF 5	CSF 6	CSF 7	CSF 8	CSF 9	TOTALI	RANK CSF
<b>CSF (Critical Success Factors = Fattori Critici di Successo)</b> <b>AZIENDA XXX</b>											
CSF 1: Strategicità per l'azienda (valore aggiunto o creazione valore per l'azienda)	X	2	1	2	2	2	1	1	1	12	1
CSF 2: Ampiezza della platea/portfolio clienti/utenze servite (direttamente o tramite altre risorse/progetti interni/esterni coordinati)	0	X	0	1	1	2	0	0	0	4	7
CSF 3: Livello di partecipazione/engagement ed involvement attivo complessivo allo sviluppo business aziendale	1	2	X	2	2	2	1	1	1	12	1
CSF 4: Time to advisory: velocità di reporting e advocacy all'azienda/alla struttura di appartenenza	0	1	0	X	1	2	0	0	0	4	7
CSF 5: Qualità e significatività dell'output fornito nel proprio lavoro	0	1	0	1	X	2	1	1	1	7	6
CSF 6: Facilità di raccolta informazioni/dati dal personale interessato (progetti, prospects, ecc.)	0	0	0	0	0	X	0	0	0	0	9
CSF 7: Apporto di nuove idee, originalità e innovazione per l'organizzazione	1	2	1	2	1	2	X	2	1	12	1
CSF 8: Contributo all'incremento qualitativo (tematiche) e complessivo dell'investimento in conoscenze specialistiche, metodologiche e/o manageriali	1	2	1	2	1	2	0	X	1	10	5
CSF 9: Affidabilità azioni nel tempo (considerare durata, stabilità)	1	2	1	2	1	2	1	1	X	11	4
REVERSE RANK	4	12	4	12	9	16	4	6	5	72	
	1	7	1	7	6	9	1	5	4	72	

Votazioni per completare la tabella:  
Leggendo da sinistra a destra:  
Se CSF X (in riga) è più importante di CSF Y (in colonna) allora votare 2  
Se CSF X (in riga) è meno importante di CSF Y (in colonna) allora votare 0  
Se CSF X (in riga) è ugualmente importante di CSF Y (in colonna) allora votare 1

Esempio: se CSF 5 = Qualità e significatività dell'output fornito nel proprio lavoro e' piu' importante di CSF 9 = Affidabilità azioni nel tempo (considerare durata, stabilità), allora votare 2, se ugualmente importante votare 1, se meno importante votare 0

PAIRED COMPARISON CSF  
(ASPETTI DI ORIENTAMENTO STRATEGICO)  
(FATTORI CRITICI DI SUCCESSO - CSF)

VALUTATORE: 5

DATA:

	TOTALI	RANK CSF
<b>CSF (Critical Success Factors = Fattori Critici di Successo)</b> <b>AZIENDA XXX</b>		
CSF 1: Strategicità per l'azienda (valore aggiunto o creazione valore per l'azienda)	12	1
CSF 3: Livello di partecipazione/engagement ed involvement attivo complessivo allo sviluppo business aziendale	12	1
CSF 7: Apporto di nuove idee, originalità e innovazione per l'organizzazione	12	1
CSF 9: Affidabilità azioni nel tempo (considerare durata, stabilità)	11	4
CSF 8: Contributo all'incremento qualitativo (tematiche) e complessivo dell'investimento in conoscenze specialistiche, metodologiche e/o manageriali	10	5
CSF 5: Qualità e significatività dell'output fornito nel proprio lavoro	7	6
CSF 2: Ampiezza della platea/portfolio clienti/utenze servite (direttamente o tramite altre risorse/progetti interni/esterni coordinati)	4	7
CSF 4: Time to advisory: velocità di reporting e advocacy all'azienda/alla struttura di appartenenza	4	7
CSF 6: Facilità di raccolta informazioni/dati dal personale interessato (progetti, prospects, ecc.)	0	9
	72	

