



nuovidea
il mondo cambia, la farmacia pure



infoletter

ESPERIENZE DI TRASFORMAZIONE E ORGANIZZAZIONE PER PMI

Come le piccole imprese possono guadagnare tempo per la creatività, il cambiamento e l'innovazione: la vera redditività per il futuro.

- percorso formativo e libro -

Ogni attività d'impresa nasce per un risultato, che riduttivamente e troppo spesso si focalizza nel profitto. Non c'è nulla di sbagliato in ciò, a condizione che si individui nella redditività una prospettiva di lungo periodo, perché solo così ci si distingue dalla speculazione, c'è vero sviluppo e si sostiene una sana sopravvivenza delle organizzazioni economiche. Tuttavia a me sembra minimale e, per fortuna, non pochi sono gli imprenditori che la pensano come me.

Basti considerare che il lavoro, per un giovane di oggi, non ha lo stesso significato che per un suo coetaneo di alcune decine di anni fa. Cerchiamo il benessere anche nella crescita professionale e, ancor più di recente, nell'apprezzamento e nelle relazioni che un impiego lavorativo potenzialmente può offrire.

L'imprenditore che intuisca velocemente il valore di ciò riesce a collocare la propria attività e a definirne le strategie accrescendo nel tempo il valore dell'azienda stessa, riconosciuta e riconoscibile quantomeno nel luogo in cui economicamente opera.

Ho scritto: *"Chi ha successo non somiglia a nessun altro!"*; e, in altra parte, *"Non agire per opportunità, procedi per significati"*. Ebbene, solo attraverso un'ampia visione del proprio business si riescono ad attribuire significati che impattano non solo sui bilanci ma sulla società nel suo insieme, sul progresso, sull'ambiente, sull'etica.



Caro imprenditore, quanto conosci la tua azienda? Che potenziale di crescita ha? Quanto tempo trascorri al lavoro? Quanto vale la tua azienda senza te? E, più in generale, perché la vita media delle imprese si riduce?

Il presente lavoro, nel concentrarsi sui temi che riguardano il cambiamento, la creatività e l'innovazione, ovvero la visione e i valori condivisi, non ha voluto tradire il suo senso operativo e concreto di guida alla trasformazione organizzativa, alla delega e responsabilità diffuse, alla gestione della comunicazione interna e al superamento delle inefficienze.

Per cambiare occorre tempo, tempo per riflettere sulla direzione da intraprendere e sulle energie da investire; e il tempo lo si guadagna imparando a delegare, a saper rendere un gruppo sinceramente coeso, a gestirlo attraverso riunioni efficaci, a organizzare le persone focalizzandole sui risultati che hanno valore, per i colleghi e per il cliente esterno... *"Le persone non nascono mercenarie, semmai lo diventano"*, e i mercenari, si sa, fanno perder tempo prezioso perché necessitano sempre di essere spinti, guidati e controllati. Ma, forse accecati dal risparmio nell'immediato o sviati da inadeguate procedure di selezione e inserimento, molti piccoli imprenditori si ritrovano circondati da mercenari.

È proprio vero: le aziende non crescono, se non crescono le persone; quindi, prima costruisci il team e poi lancia le sfide, perché chi all'interno di un gruppo non dà, toglie sicuramente qualcosa; perché più un team è collaborativo, più riuscirà ad essere competitivo; perché il futuro è più buono se condiviso.

Crea o trasforma la tua organizzazione attorno al sincero desiderio di ciascuno e di tutti, al contempo, di farsi carico dei problemi dei clienti, di attirarli a sé. Non c'è alternativa; ovvero c'è: essa si fonda sulla tua ostinazione. Ma sai quanto vale un'azienda che va avanti solo grazie alla forza, lungimiranza e perseveranza del suo imprenditore? Zero! Non creare un mondo che gira attorno a te e che senza di te è perso.

**Per informazioni sull'autore:
info@giuseppesalvato.it
www.giuseppesalvato.it**

1 – PERCHÉ CAMBIARE

- Il ciclo emotivo del cambiamento: dall'ottimismo ingiustificato al pessimismo giustificato, dal realismo incoraggiante all'ottimismo giustificato.
- Perché cambiare: da un mondo complicato ad uno complesso rischiare di più per rischiare di meno, riscrivere le regole ed essere creativi.
- I 4 pilastri della crescita: armonia, atteggiamento, responsabilità e motivazione grazie ad una leadership forte e coinvolgente.
- Le "5c" del cambiamento: condivisione delle informazioni, coinvolgimento emotivo, continuità nell'azione, controllo dei risultati, convinzione sulla direzione.

2 – COME GUADAGNARE TEMPO

- Conta – Abilità: le aziende non crescono, se non crescono le persone. Il lavoro: guadagni, competenze, relazioni e riconoscimenti.
- Guadagnare tempo: più un gruppo è collaborativo, più sarà competitivo.
- Progettare la personalità di un'azienda: stile organizzativo, strategico e relazionale favoriscono l'innovazione e il cambiamento.
- La tua azienda cosa ispira: dall'economia della conoscenza a quella creativa intraprendenza e passione vincono su ubbidienza e diligenza.

3 – VALORI, VISION & OBIETTIVI

- Aziende & identità: le aziende, per costruirsi un'identità [valori, vision, mission], devono scegliere le persone giuste.
- Le forze che alimentano l'identità: percezione [visione], prospettiva [coinvolgimento], perseveranza [determinazione], passione [energia].
- Obiettivi: solo chi persegue un obiettivo ottiene un risultato. Gli obiettivi stimolano la nostra autostima e ci uniscono al gruppo.
- Coinvolgimento: la combinazione di motivazione e allineamento.

4 – L'ORGANIZZAZIONE PERFETTA

- Il sistema aziendale: il complesso di fattori tangibili e intangibili per distinguersi e raggiungere i propri scopi.
- Analisi swot e del portafoglio prodotti: punti di forza e di debolezza; minacce e opportunità. Commodities, prodotti a valore aggiunto, programmi complessi e nuovi progetti/business.
- Organigramma & mansionario: più le regole non funzionano, più i peggiori prosperano.
- Il cruscotto gestionale: coinvolgimento del team, professionalità e percorsi di crescita, controllo sulla produttività, responsabilità e delega.

5 – LA DELEGA CHE FUNZIONA

- Il tempo si dedica: Tempo, fiducia e clima, i fattori di una delega efficace.
- Delega operativa e di responsabilità: cose da fare, procedure e competenze vs. risultati, autonomia decisionale e atteggiamenti.
- Il valore di un'azienda: un mondo che gira attorno a te, circondato di stupidi funzionali, fa valere zero la tua impresa.
- Correggere: prima intervieni sull'errore, poi sul risultato di valore, infine sui valori e la vision.

*“Non agire per opportunità,
procedi per significati”*



6 – IL TRAFFICO INUTILE

- Distuggere i profitti: rapporti falsi, inadempienze o alterazioni, accettare un "quasi", errori di comunicazione. Sai quanto ti sta costando il "traffico inutile"?
- Stila una lista di emergenze: decisioni senza dati, obiettivi errati, hobby preferito, cambi inopportuni. Ci sono nomi comuni tra le fonti di "traffico inutile"?
- Regole comportamentali: sbalognare, saltare i canali, accumulare arretrati, non seguire la direttiva. Non applicando le regole si è fonte di "traffico inutile".
- La disciplina è libertà: personale improduttivo, ragionevolezza, pulire il pulito. Tutti vogliamo la libertà: la disciplina è l'unica via per ottenerla.

7 – RIUNIONI EFFICACI

- Perché riunirsi: circolazione delle informazioni, condivisione dei problemi, collaborazione, senso di appartenenza. La riunione è poco efficiente ma molto efficace.
- Struttura dell'intervento: no a giustificazioni, permalosità e pregiudizi. Sì a entusiasmo. L'argomento più importante va discusso per primo. Il tono emotivo dev'essere crescente.
- Punti irrinunciabili: domande per far parlare tutti, obiettivi periodici, dati e statistiche, informazioni su novità e progetti, competizioni divertenti.
- Situazioni difficili: gestisci il dissenso sul contenuto e il dissenso relazionale; affronta le situazioni difficili per iniziativa individuale o di gruppi.

*“Le persone non nascono mercenarie,
semmai lo diventano”*

Obiettivi del percorso formativo:

- Migliorare le capacità di gestione generale della piccola e media impresa.
- Predisporre l'azienda al cambiamento e al mondo complesso.
- Coinvolgere il personale sviluppando una chiara identità comune.
- Definire obiettivi in modo idoneo, coerente e coinvolgente.
- Approntare organigrammi e mansionari efficaci.
- Spingere il processo di delega e di responsabilità diffuse.
- Combattere le inefficienze organizzative.
- Gestire proficuamente le riunioni.