

TROVARE GLI STIMOLI PER REAGIRE ALLA CRISI

performance





Diapositive
dell'intervento:
www.paoloruggeri.it



© 2008 Walter S. Arnold stoneisland.com

**QUANDO SI
TORNA ALLA
NORMALITA'?**

**IL CAMBIAMENTO
NON E'
UN'OPZIONE...**

**SENZA MINARE LE
FONDAMENTA,
COMINCIARE A
REINVENTARE IL
BUSINESS**



PREMESSA

**A VOLTE LA CURA E'
PEGGIORE DELLA MALATTIA**

20/80

4/37

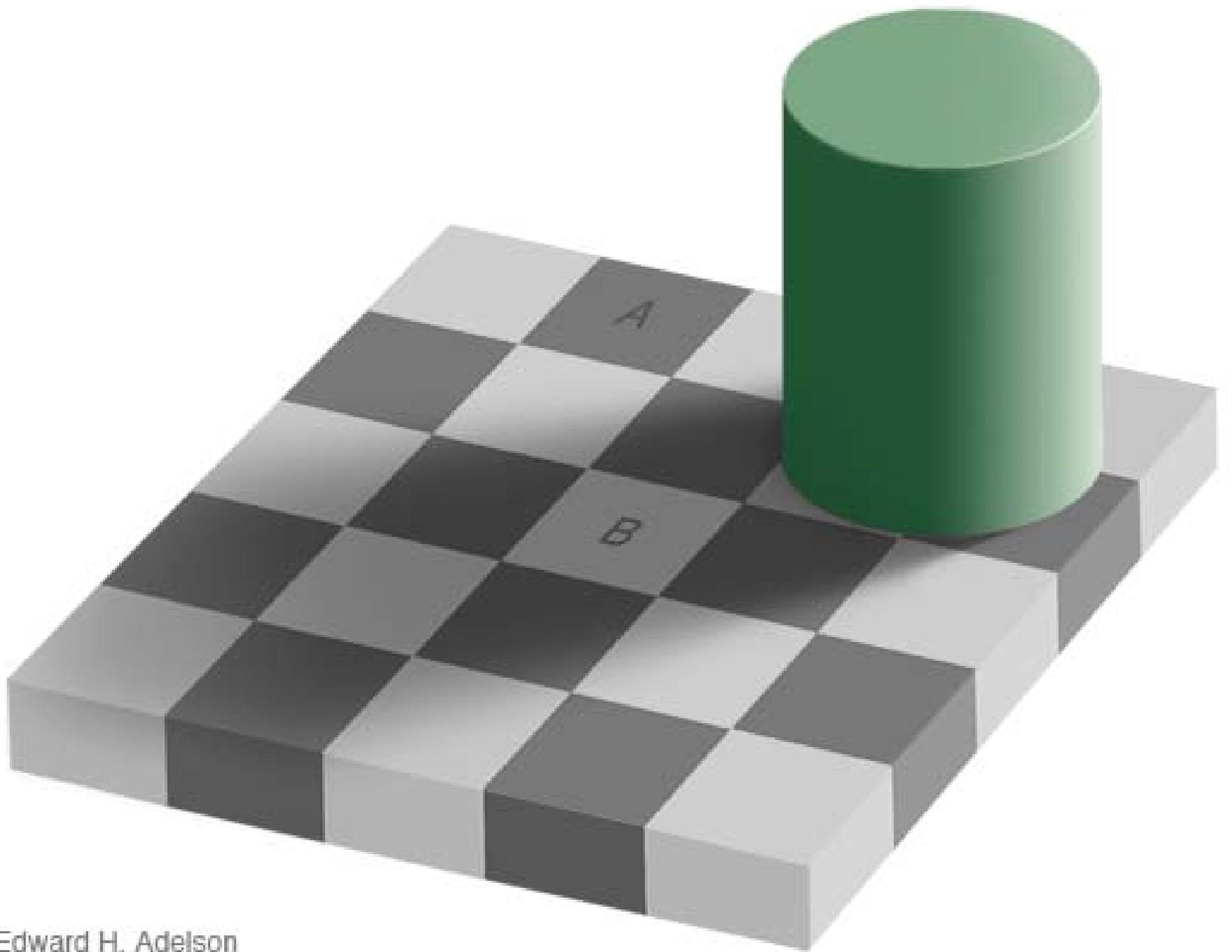
PERCHE'?

“COUNTER-INTUITIVE”

- = Contrario al buon senso, contrario al senso comune.
- Un principio contro-intuitivo “a naso” o a prima vista non sembra vero.
- Molti principi scientifici accettati oggi, a prima vista sembravano sbagliati o sembravano andare contro il senso comune.

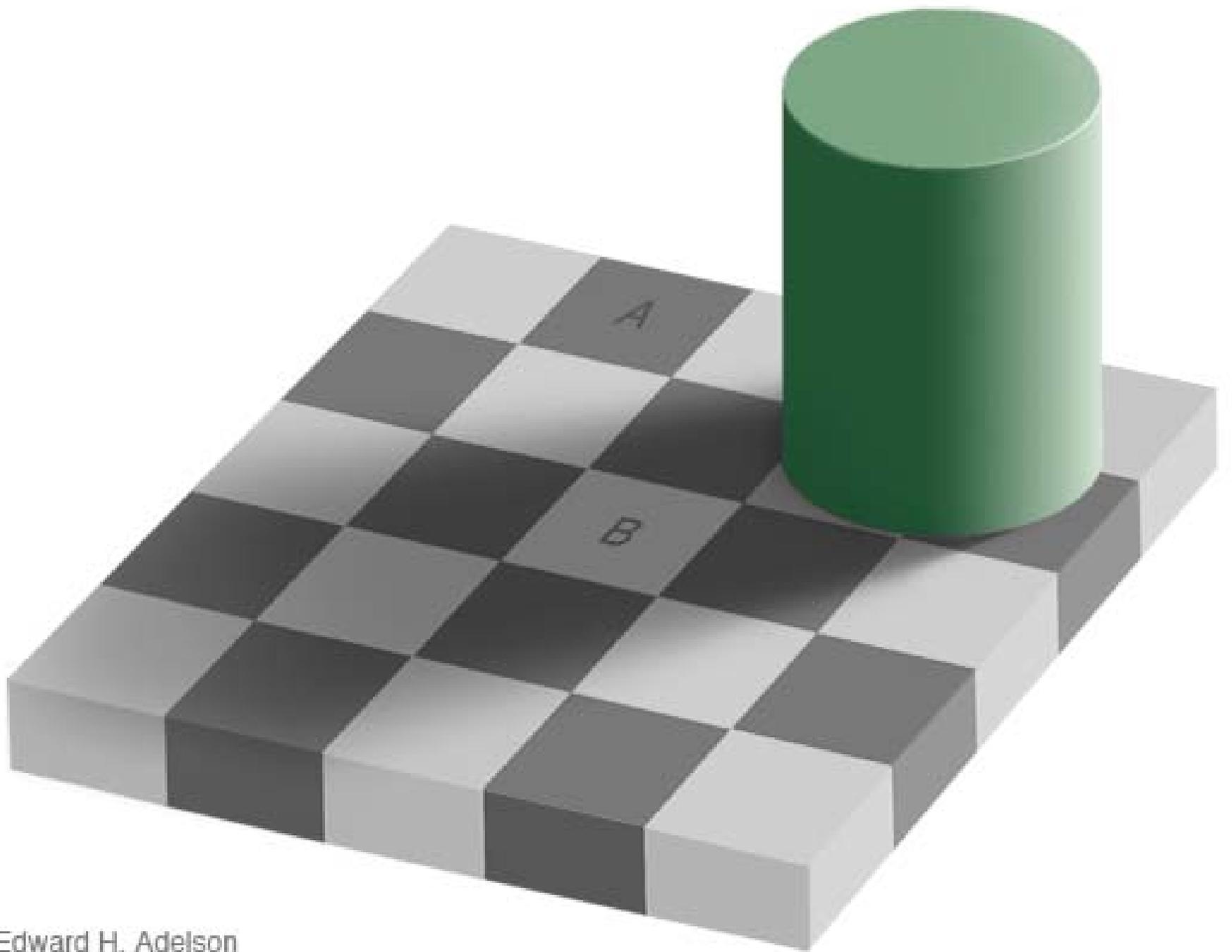
Non serve andare nella fisica “Quantistica”...

- La terra è piatta
- La terra gira attorno al sole



Edward H. Adelson

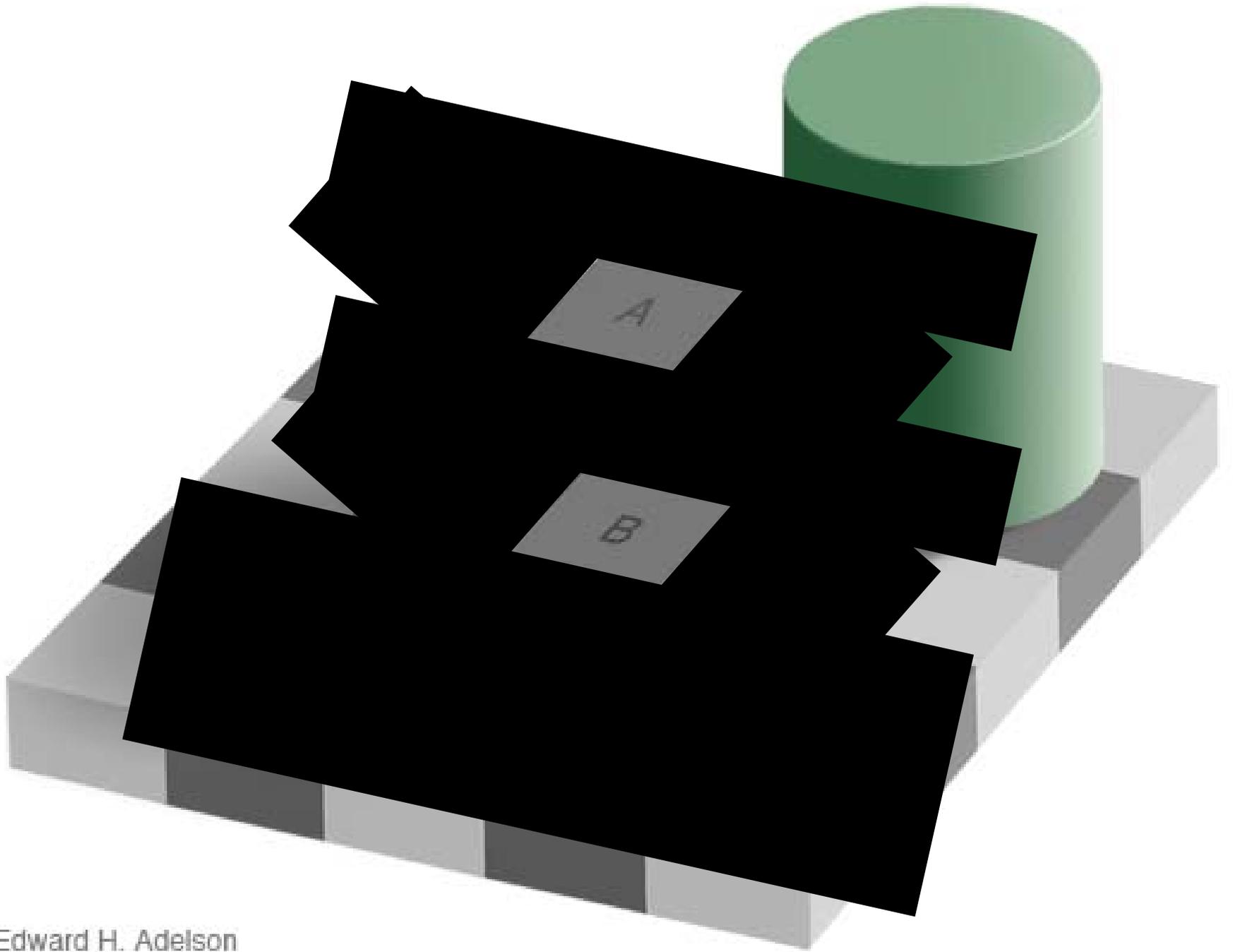
I colori dei quadrati “A”
e “B” sono uguali!?



Edward H. Adelson

Noo?!?!?!!!!

Meglio guardare di nuovo.....



Sei Convinto?!

Torna indietro se vuoi... E no...

Nessuno ha cambiato i colori dei
quadrati quando erano isolati...

Anche se è contro-intuitivo, il cervello
esalta i contrasti.

**MOLTE DELLE AZIONI E
ATTEGGIAMENTI CHE
PORTANO ALLA
PROSPERITA' IN AZIENDA
SONO **CONTRO-INTUITIVI**, A
PRIMA VISTA CONTRARI
ALLA LOGICA**

LO SCAMBIO IN ABBONDANZA

**SE VUOI CHE LE COSE
CAMBINO COME PRIMA
COSA DEVI CAMBIARE
TU**

**IL PRIMO PASSO DI UN PROGRAMMA DI
GESTIONE AZIENDALE E' MIGLIORARE
SE STESSI**

- Se vuoi migliorare un collaboratore che sbaglia...
- devi lavorare soprattutto sui suoi lati positivi e non su quelli negativi.
- Per vendere ad un cliente devi essere tu interessato a lui e non cercare di essere interessante.

8 CONSIGLI PER CHI FA IMPRESA



1) OCCUPATI DELLE CAUSE INTERNE

VALENTE PALI



- Luglio 2008: **+ 250%**
- Agosto 2008: **+75%**
- Settembre 2008: **+ 200%**
- **Marketing, rete vendita, innovazione, vendere soluzioni e non prodotti, avere un obiettivo chiaro.**
- **“Non giustificare”**

2) IL LAVORO DURO E' CAMBIATO

comfort

=

consumo

scomfort

=

creazione

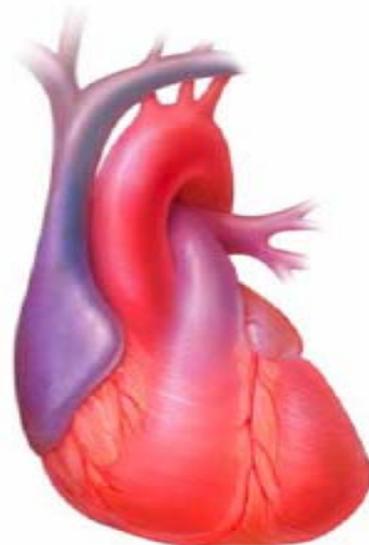


Creare non è confortevole,
è **eccitante** !



GIANLUCA GESSI: **SCOMODITA'**

Lavorare **sodo** significa
prendere **decisioni**
difficili sul piano **emotivo**



**3) GUARDA IN
FACCIA LA BRUTA
REALTA'**

**MA NEL CONTEMPO
NON PERDERE
FEDE!**

**4) ABBRACCIA IL
MARKETING!**

1) Ascolta i clienti

2) R&D

3) Pensa al **sell out e
non solo a produrre**

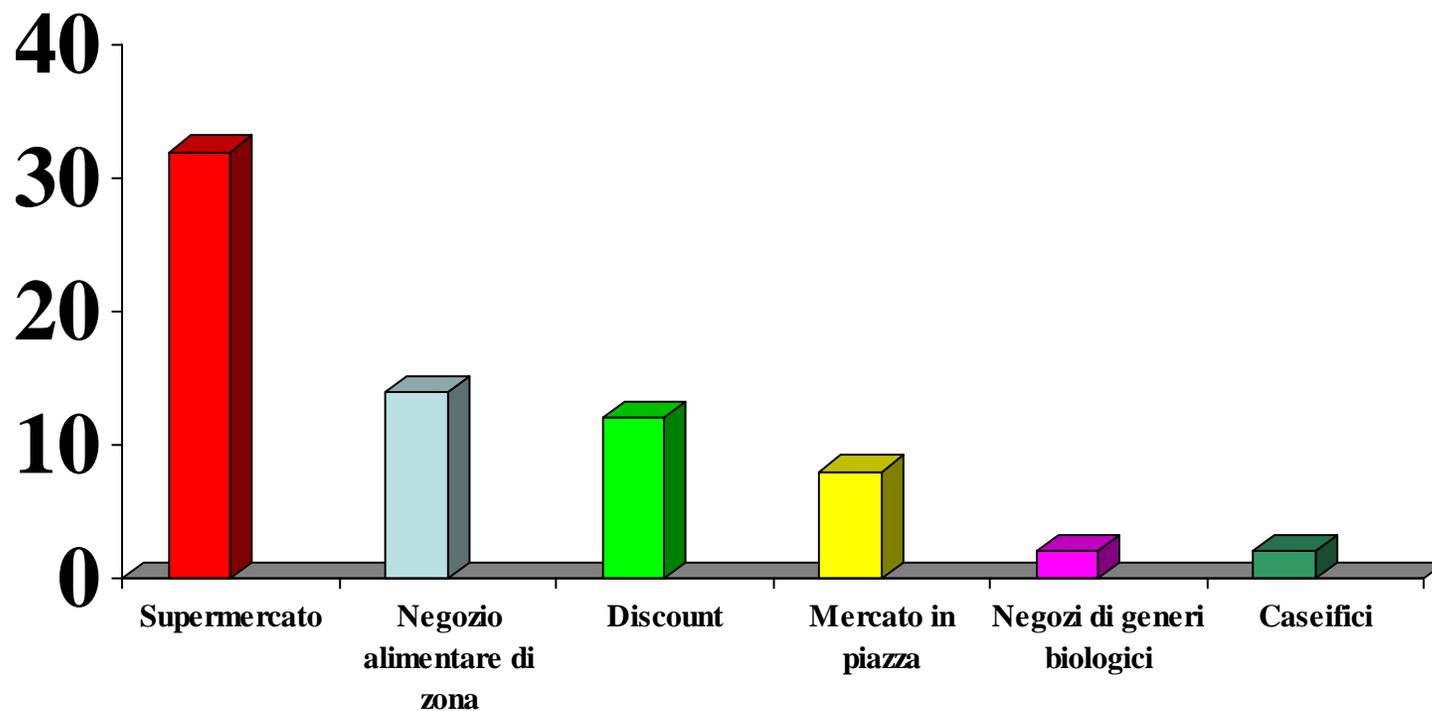
Montefalco: 21/05/09
***“Fabio Piccoli: oltre il
70% dei ristoratori non
ha proposto vini ai loro
clienti nell’ultima
settimana...”***

SERGE GUEGAN:

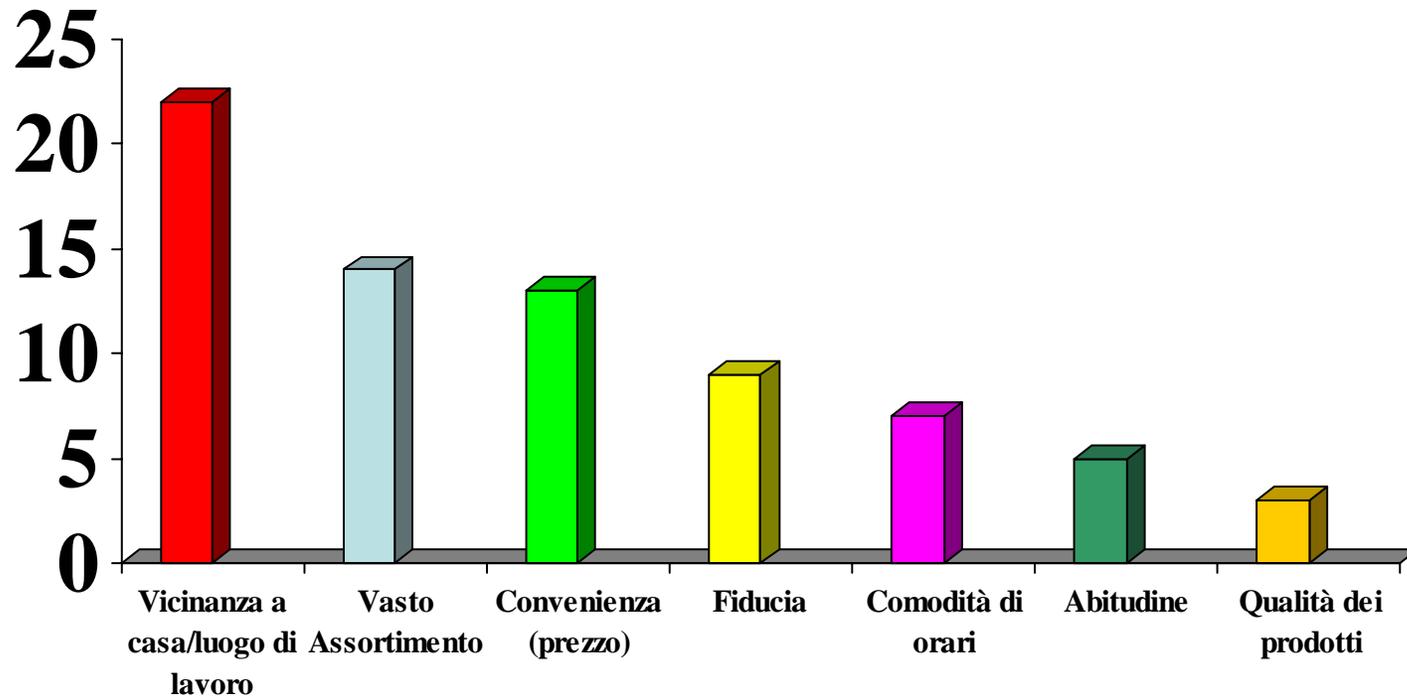
SOLUZIONI AGRO ALIMENTARE

- **1) Una cultura di marketing TOTALE:** nella PMI il marketing dovrà essere una dimensione trasversale chiave. **TUTTE LE PERSONE NELL'IMPRESA DOVRANNO SENTIRSI COINVOLTE DA QUESTA FUNZIONE**
- **2) Vicinanza ai clienti** (include anche i distributori e i concorrenti) **ANCHE**, nota bene, in un contesto di centrali d'acquisto potenti
- **3) Distribuzione, vendita e clienti.** L'impresa deve comunicare direttamente con i clienti finali e aggiustare prontamente la collaborazione. **Andare oltre il trade marketing!**
- **4) Comunicazione continua circa l'impresa, i propri prodotti e le proprie marche** utilizzando tutto l'insieme delle nuove tecniche e strategie di marketing e dei nuovi media.

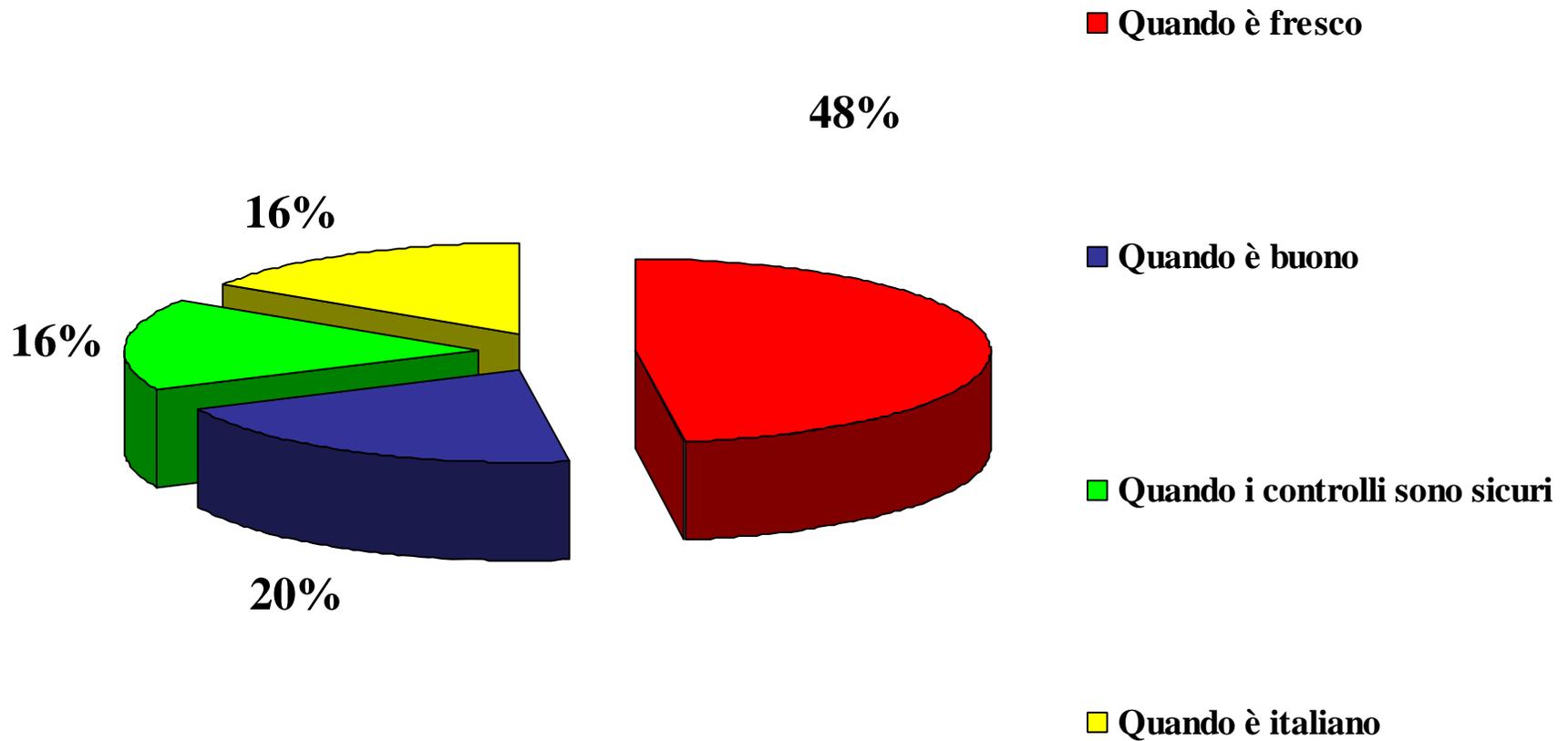
In quali punti vendita è solita/o recarsi per l'acquisto di generi alimentari?



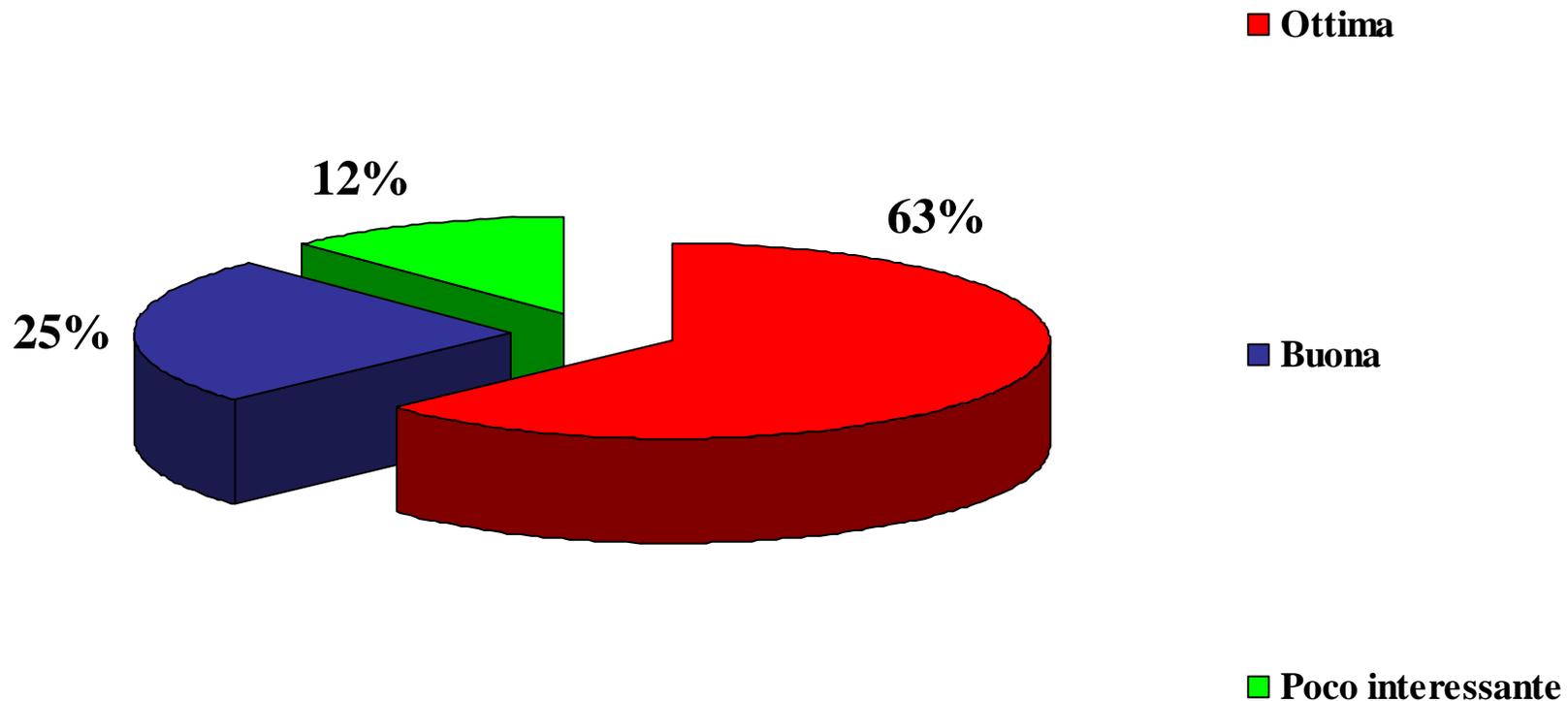
Quali sono le principali ragioni che La portano a servirsi da supermercato, discount, negozio di zona, mercato in piazza, etc. ?



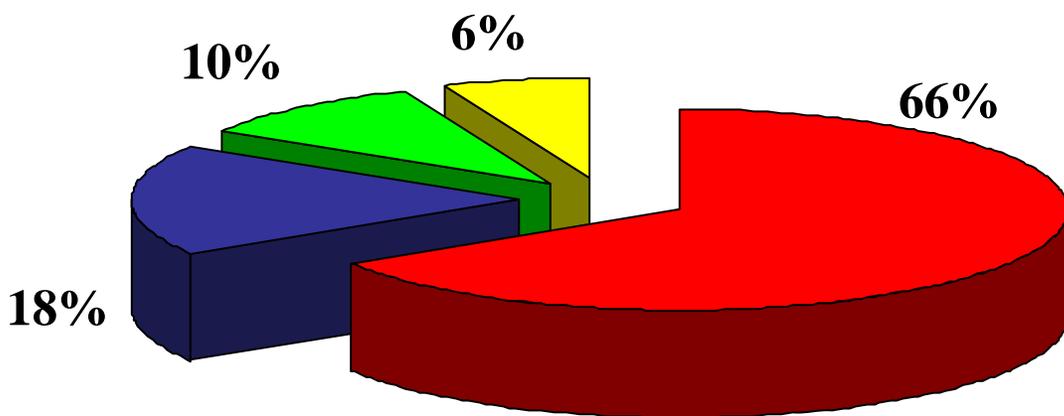
Per Lei, quando un cibo è di qualità?



Pensando a tutti i prodotti freschi come frutta, verdura, formaggi, carni, uova, legumi, etc. come valterebbe la possibilità di acquistarli direttamente presso un punto vendita diretto di un'azienda agricola?



Se 'Ottima o Buona', quali vantaggi ritiene che Le garantirebbe?



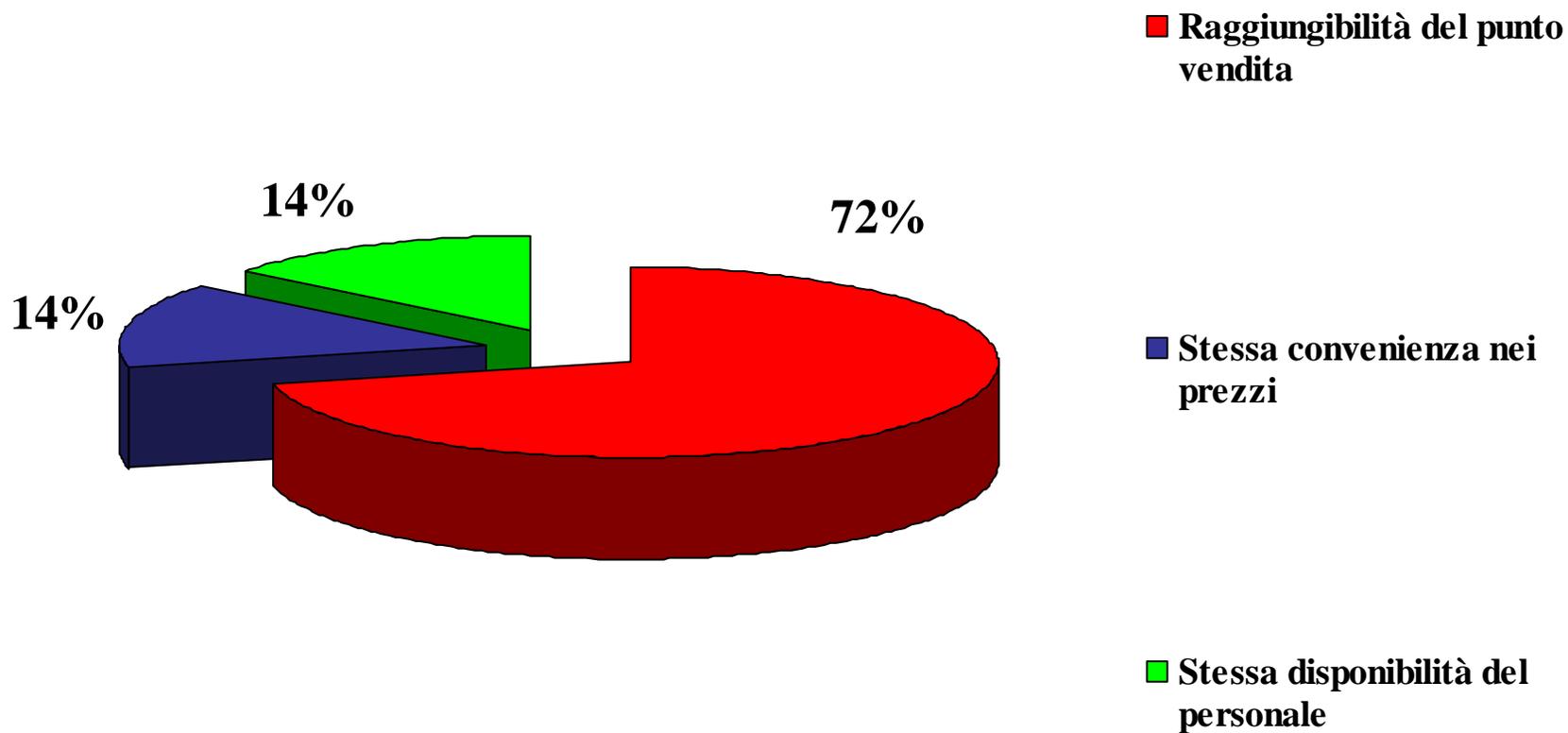
■ **Prodotti di maggiore qualità e più freschi**

■ **Maggiori garanzie di genuinità dei prodotti**

■ **Prezzi più bassi rispetto ai supermercati**

■ **La consapevolezza di aiutare le aziende agricole italiane e non arricchire le multinazionali**

Se 'Poco interessante o Per niente interessante', a quali condizioni potrebbe risultare interessante per Lei?



5) GESTISCI IL TEMPO!

URGENTE VS. IMPORTANTE

- Qual è quell'attività che, se fatta regolarmente per i prossimi mesi (anni?), farebbe **un'enorme differenza** per la tua azienda?

Urgenti

Non Urgenti

Quadrante I

- Crisi
- Attività fondamentali del proprio ruolo
- Attività che portano al raggiungimento del budget

Quadrante II

- Attività per aumentare il potenziale aziendale, del personale e del marketing
- Progressi strategici
- Prevenzione
- Marketing
- Formazione
- Pianificazione

Quadrante III

- Alcune telefonate che si ricevono
- E-mail
 - Qualche riunione
 - Fare il lavoro dei propri collaboratori
 - Problemi pressanti ma non importanti

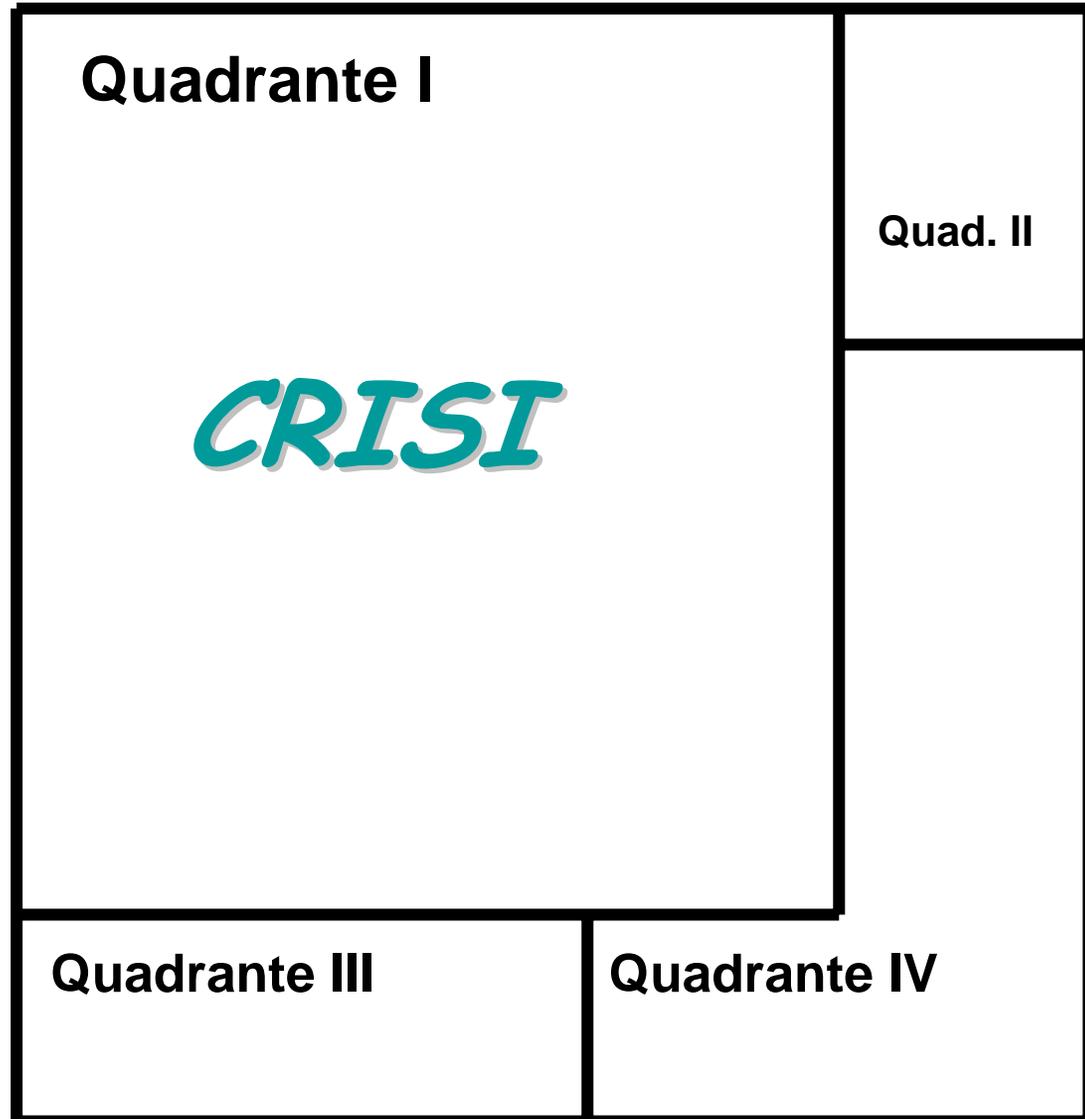
Quadrante IV

- Attività inutili che fai quando sei “scoppiato”
- Internet
- Mondoffice
- Lavoro fisico
- Ecc.

Importanti

**Non
Importanti**

Tempo del Manager mediocre



Tempo del Manager efficace



Lavorando sulle cose
“importanti”
ma non “urgenti”
il manager efficace
comprime
le crisi del futuro

Come operare nel quadrante II

1. Identificare gli obiettivi di prevenzione, formazione, miglioramento (*i progressi strategici*) che si vorranno eseguire nelle prossime settimane.
2. Fissare delle date **IRREVOCABILI** in agenda per quando ci si dovrà occupare di tali obiettivi.

6) OPERA IN SQUADRA!

**(per rimanere sul
mercato oggi ti serve
una rete di alleanze)**

**7) ADOTTA UNA
POLITICA DI
GESTIONE DELLE
RISORSE UMANE**

**DA COSA DIPENDE
IL VALORE DI
UN'IDEA DI
BUSINESS?**

CNQ

O

CDPS

8) STUDIA
(MIGLIORA TE
STESSO)

L'AZIENDA E' LO SPECCHIO DELL'IMPRENDITORE

- **1) Per crescere come azienda devi avere un programma per migliorare te stesso**

IT'S NOT HOW
GOOD YOU ARE,
IT'S HOW **GOOD**
YOU WANT TO BE.

The world's best selling
book by **PAUL ARDEN.**

PHAIDON

- **NON E' QUANTO BRAVO GIA' SEI A DETERMINARE LE TUE PERFORMANCE...**
- **E' QUANTO PIU' BRAVO ASPIRI A DIVENTARE.**

**Thomas Stanley: “I
milionari nella società
hanno *un sistema* ed il
know how per
riguadagnare il proprio
entusiasmo e la propria
carica positiva quando la
perdono”.**

**LA COMMODITY PIU'
IMPORTANTE: NON TI
VIENE GRATIS**



***“Non è il più forte della
specie a sopravvivere,
né il più intelligente, ma
il più reattivo al
cambiamento.” —
Charles Darwin***

**SCOPRI LA TUA
VOCE!**