

LE AZIONI VINCENTI PER INCREMENTARE I FATTURATI

La Newsletter riservata ai clienti MBS per approfondire i temi degli interventi che hanno movimentato le due giornate della Mind Business School a BOLOGNA

CREARE ALLEANZE PER CRESCERE

Antonio Saluti, titolare della Saluti Impianti di Ascoli, ci ha rivelato il segreto della sua crescita. La sua grande abilità nel creare alleanze.



Antonio Saluti, titolare della Saluti Impianti Tecnologici, impresa di Ascoli che collabora con grandi realtà (Barilla su tutte), ha tenuto un intervento sulle sue **azioni vincenti per far crescere l'azienda creando alleanze.**

Secondo Antonio puoi avere il miglior prodotto, l'azienda più innovativa, i collaboratori più bravi ma **se non sai farti amare dalle persone** e interessarti veramente a loro non otterrai mai il successo che cerchi.

Sono le alleanze che creano i fatturati e il successo sta nelle persone con cui riesci a condividere grandi progetti.

Quando **sei in grado di eccedere le aspettative** della persona che hai davanti e offrirle qualcosa davvero di valore prima o poi verrai premiata. Da lei o dal mercato (non sottovalutare la forza del passaparola positivo).

Antonio ci ha raccontato di quando ha svolto gratuitamente un lavoro per una persona apparentemente "insignificante", che a pochi mesi di distanza si è ricordata di lui, e gli ha commissionato un lavoro per 150.000 euro.

...ma questo è solo uno degli aneddoti che ci ha raccontato.

I segreti del successo di Antonio?

- Interesse e attenzione per le persone
- Gentilezza e disponibilità
- Curiosità
- Cogliere le opportunità e le cose buone dalle persone

MA SE NON SAI FARTI AMARE dalle persone e se non ti interessi agli altri non avrai mai successo.

Il successo sta nelle persone con cui riesci a condividere grandi progetti
Aumenta le alleanze e aumenterai i tuoi fatturati
Non creare alleanza per interesse ma perché tieni veramente alle persone.

Scarica le slide dell'intervento di Antonio Saluti

MIND BUSINESS SCHOOL

POWERED BY
 OPEN SOURCE
 MANAGEMENT

Non perdere i
 prossimi
 appuntamenti
 MBS

19 - 20 novembre 2013
 INTERNAZIONALIZZAZIONE
 D'IMPRESA

12 - 13 dicembre 2013
 SFRUTTARE IL POTENZIALE
 DELL'E-COMMERCE

Segnali subito nella
 tua agenda !!

CLICCA QUI
per maggiori
informazioni o per
iscriverti alle
prossime classi
MBS !!!

Open Source Management

Sede di Bologna
 Tel. 051.8490411
 Fax 051.8490155

Sede di Verona
 Tel. 045.995216
 Fax 045.8795989

www.opensourcemanagement.it
 www.paoloruggeri.it

LE AZIONI VINCENTI PER INCREMENTARE I FATTURATI

COME CREARE EMOZIONI ATTRAVERSO GLI EVENTI

Claudia Gozzi, titolare di Iantra, società specializzata nell'organizzazione di eventi ci ha spiegato come deve essere fatto un evento per creare emozione nei partecipanti.



Claudia Gozzi lavora nel settore dell'organizzazione di eventi da molti anni e la sua azienda ha organizzato eventi per tantissime aziende fra cui le più importanti case automobilistiche internazionali.

Claudia ci ha spiegato come l'evento, qualunque esso sia, dal lancio di un prodotto, ad un anniversario o una inaugurazione, **deve seguire delle precise regole per raggiungere gli obiettivi**, e ogni tipo di evento ha obiettivi diversi.

L'evento rappresenta uno straordinario **strumento di marketing** inquadrato in una precisa pianificazione delle altre attività promozionali.

Da un approccio tradizionale/razionale negli ultimi anni si è passati ad un **marketing esperienziale ed emozionale**, dove durante l'evento vengono stimolati diversi sensi e dove le percezioni e l'esperienza diventano più importanti dei dati logici. Qui parliamo di percezioni sensoriali, di sentimenti, di emozioni, di creatività, di azione e di relazione. Le persone **fissano l'esperienza vissuta attraverso le emozioni** fissando i ricordi in maniera indelebile. Il marketing emozionale che si realizza attraverso un evento punta ad un equilibrio di tre elementi, la mente, il corpo e lo spirito (Mind, Body, Spirit). Se vogliamo ottenere maggiore efficacia con un evento dobbiamo colpire i sensi attraverso esperienze visive, auditive, del gusto, tattili/olfattive e relazionali.

Claudia ha portato diversi esempi di esperienze sensoriali fatte durante gli eventi come ad esempio l'utilizzo della musica, la degustazione di cibi particolari, l'utilizzo di ambienti o luoghi suggestivi o la creazione di strutture visivamente attraenti.

Questo tipo di approccio crea nei partecipanti **una emozione che sviluppa coinvolgimento, senso di appartenenza e fedeltà al brand.**

L'esperienza vissuta in prima persona amplia le conoscenze, l'apprendimento esperienziale e sensoriale produce un effetto di coinvolgimento totale.

[Scarica le slide dell'intervento di Claudia Gozzi](#)



LE AZIONI VINCENTI PER INCREMENTARE I FATTURATI

IL SEGRETO PER CREARE EMOZIONE

Paolo Ruggeri fondatore di Open Source Management, ha tenuto un intervento su come gli individui generano emozioni.



Si può capire molto della capacità di un individuo di creare intorno a sé emozioni positive, osservando il modo in cui **ritrasmette ciò che vede o che sente.**

Ognuno di noi può sperimentare diversi stati d'animo in un determinato arco di tempo, a volte in una sola giornata o in pochi minuti possiamo passare dall'essere allegri a prendercela con qualcuno per un fatto negativo. A volte le persone diventano colleriche oppure tristi e preoccupate quando gli accade qualcosa che non riescono a gestire. Qualcuno vede gli altri con diffidenza o addirittura con sospetto. Questi sono solo alcuni degli stati d'animo che le

persone sperimentano ogni giorno. **Lo stato d'animo influenza fortemente** il modo in cui le persone raccontano ciò che vedono o che sentono da altri.

Per esempio una persona molto contenta e entusiasta per ciò che fa, quando deve raccontare un fatto a qualcun altro, sicuramente **lo arricchisce di spunti creativi e positivi** evitando di riportare aspetti negativi, se presenti. I razionali solitamente trasferiscono dei messaggi in modo cauto smorzando un po' l'eventuale positività. Gli annoiati fanno perdere alle notizie il loro appeal trasformandole in comunicazioni poco significanti.

Non parliamo poi delle persone arrabbiate che sono attratte dagli aspetti negativi dei messaggi che ricevono e che ritrasmettono. Nel farlo li esaltano distortendo la comunicazione.

Anche gli individui ansiosi hanno un loro modo per gestire la comunicazione, la bloccano impedendole di arrivare ad altri.

La tua capacità di creare emozione **dipende anche dall'energia positiva** che metti nella comunicazione di ciò che vedi e che senti.

La capacità di un individuo di utilizzare sempre una comunicazione positiva e ricca di nuovi spunti fa la differenza nella creazione di emozioni.

Quando il nostro stato d'animo è positivo, magicamente diventiamo una calamita per le persone più allegre e positive e riusciamo a creare emozione nel nostro ambiente e negli altri.

Ci sono persone che quando ti parlano ti fanno sentire meglio, più carico, più allegro. In altri casi invece parli con persone che ti tolgono energia.

E tu, come ritrasmetti oggi la comunicazione che ricevi ?



LE AZIONI VINCENTI PER INCREMENTARE I FATTURATI

GIOCO MBS 2013. RIPARTE IL GIOCO !!!!!

Continua la battaglia dei fatturati fra le aziende che partecipano al programma MBS.



Ogni mese premiamo le 5 migliori aziende, ovvero quelle con maggior incremento di fatturato rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. A queste aziende verranno assegnati dei punti come nel moto GP (5 punti al primo, 4 al secondo, 3 al terzo, e così via).

Il vincitore trimestrale riceverà come premio il rimborso del 50% di quanto investito per l'imprenditore nella formazione MBS negli ultimi 3 mesi.

Ecco la classifica di Ottobre della **MBS di Bologna**:

1. **SEVEN, settore edilizia + 258,56%**
2. **INCREMENTHA, settore formazione + 100%**
3. **EDILIZIACROBATICA, settore edilizia + 85,4%**
4. **SALUTI IMPIANTI, settore impianti tecnologici + 42,9%**
5. **CLINICA DEL SORRISO, settore odontoiatrico, + 33,11%**

Come vedete, **battere la crisi** è possibile !!!!

Cosa dicono gli imprenditori presenti all'MBS di ottobre che incrementano e battono la crisi:

Poliambulatorio Torino - Dr. Lobbio; sono da poco partito con una nuova attività ma stiamo già incrementando. L'obiettivo è quello di superare sempre i risultati del mese precedente.

Rossi srl - Stefano Massari; L'aumento dei fatturato è vitale per la mia azienda. Negli ultimi tempi mi ero preso del tempo per applicare quanto imparato in passato ora ho deciso di ritornare a fare formazione e sono sicuro che con il vostro aiuto potrò migliorare.

Tipitalia - Antonella Cheli; Sono contenta del lavoro che stiamo facendo. Mi è costato molta fatica ma finalmente vedo che funziona e che ci sono i risultati.

Diaman Sim - Daniele Bernardi; Questo mese abbiamo avuto un incremento rispetto a quanto previsto e ne siamo molto soddisfatti. Con tutti i nuovi progetti stiamo dando nuovi linfa all'azienda.

Gar - Mattia Pezzoli; Nonostante lo stesso mese dell'anno scorso fosse stato molto positivo, siamo riusciti a crescere ancora cercando nuove opportunità e nuove nicchie di mercato.

Micra - Amos Pupin; Continuo a fare cambiamenti in azienda. Ho inserito persone di qualità. Mi sto dedicando molto ai mercati esteri sulla meccanica di precisione.

Clinica del sorriso - Beretta & Bellucco; Da un punto di vista delle procedure non è cambiato nulla. C'è una nuova consapevolezza in azienda. Qualcosa di intangibile, una considerazione di cuore. Da uno studio fatto sui primi 6 mesi del 2013 ci siamo resi conto che stavamo dedicando meno attenzione al 20% dei pazienti che ci creava la maggior parte del fatturato. Abbiamo capito dove ci dobbiamo concentrare e questo ci ha dato una grande forza e un cambio di atteggiamento e di visione.

Saluti Impianti - Antonio Saluti; Sono contento del risultato che è merito della mia squadra. Ho dei ragazzi speciali, sono bravissimi. Ho capito che devo puntare sulla formazione e sulle scelte forti. Siamo tutti molto carichi e sappiamo che nei prossimi mesi raggiungeremo dei risultati importanti. Mettiamo in pratica quello che studiamo qui.

Ediliziacrobatika - Riccardo Iovino; Questo mese abbiamo fatto di più di quanto ci aspettavamo. Continuiamo a pensarla nello stesso modo. La crisi non è vera. E' arrivato il momento di investire prendersi il mercato.

Incrementtha - Marco Postiglione; E' da un anno esatto che frequento la classe. La cosa più importante che ho fatto è stato destabilizzare più aree possibili della mia azienda. Tutto quello che mi dicevano non si poteva fare, l'ho fatto per sfida. Se vuoi fare degli incrementi importanti devi cambiare, devi destabilizzare altrimenti rimani fermo.

Seven - Giacomo Ubelli; Ho finalmente chiuso un contratto che inseguivo da tempo. Come ho fatto ? Sono diventato più bravo nella vendita, nella gestione delle persone, nel gestire le finanze, nell'inserire nuovi collaboratori. Ho cambiato il punto di vista. Non siamo più solo costruttori. Aiutiamo i clienti a realizzare i loro sogni.

LE AZIONI VINCENTI PER INCREMENTARE I FATTURATI

QUALI SONO LE CARATTERISTICHE CHE TI AIUTANO A CREARE EMOZIONI ?

Questo mese Federica Broccoli, Responsabile Selezioni di OSM, ci ha spiegato come individuare nell'analisi HTA la capacità di un individuo di creare emozioni.



Anche per la capacità di creare emozioni il nostro test ci può dare delle informazioni. Prima di tutto, possiamo definire l'emozione come un cambiamento nello stato psicologico di una persona che la spinge ad agire. Nel test ci sono dei tratti che mettono in evidenza la capacità di un individuo ad emozionare.

Il primo tratto è quello dell'**AUTOMOTIVAZIONE**. Parliamo della convinzione in se stessi, nella fiducia nelle proprie capacità, nel credere di poter raggiungere i propri obiettivi. Quando si è poco motivati si fa una grande fatica a motivare gli altri.

Anche la **DETERMINAZIONE** gioca un ruolo importante nella creazione di emozioni. Se si è efficaci nel comunicare la propria opinione, il proprio punto di vista, si riesce anche a trasferire una emozione.

Il tratto **VENDITE** manifesta la capacità di vendere, di convincere, di persuadere. A volte dobbiamo vendere una idea, oppure vendere noi stessi come professionisti. Anche questo è emozione. L'ultimo tratto è il **LEADERSHIP NATURALE**. Questo tratto ha a che fare con il carisma della persona, con la capacità di accendere gli altri, con l'essere un esempio da seguire.

**CLICCA QUI SE DESIDERI AVERE MAGGIORI INFORMAZIONI
SULL'USO DELL'ANALISI HTA PER LA SELEZIONE DEL PERSONALE
O PER IL MIGLIORAMENTO DEI PROPRI COLLABORATORI**

NEXT >>>> MBS 19 e 20 NOVEMBRE 2013: INTERNAZIONALIZZAZIONE D'IMPRESA

Il 19/20 novembre avremo una classe MBS speciale in cui scopriremo come creare degli sbocchi su mercati internazionali per la tua azienda con gli interventi di Amos Pupin di Micra e Paolo Ruggeri di OSM.

LO STAFF MBS BOLOGNA A VOSTRA DISPOSIZIONE

PAOLO RUGGERI - Direttore Tecnico OSM
p.ruggeri@osmanagement.it

MAX CALORE - Direttore Vendite OSM
m.calore@osmanagement.it

SOFIA TREVISAN - Responsabile Area Triveneto OSM
s.trevisan@osmanagement.it

MICHAELA GARIBOLDI - Dir Vendite Triv. e MBS Developer
m.gariboldi@osmanagement.it

SIMONA LODOLO - Resp. Marketing OSM
s.lodolo@osmanagement.it

MAX FORONI - Comm. Specialist OSM e Marketing MBS
m.foroni@osmanagement.it

IVAN ZORZETTO - Sales Specialist OSM
i.zorzetto@osmanagement.it