

LA TEMATICA

Il lavoro duro è cambiato



(Tratto dal nuovo libro di **Paolo Ruggeri** *"Piccole e Medie imprese che battono la crisi"*)

Lavorare duro è sempre stato sinonimo di crescita economica. Più duro eri disposto a lavorare migliore sarebbe stata la tua progressione sotto il piano economico. Anni fa, ai tempi dei nostri padri o dei nostri nonni, "lavorare duro" significava "fare fatica fisica". (...) Con l'industrializzazione del nostro paese, quello che veniva considerato "lavoro duro" era diventato "lavorare tante ore". Oggi il lavoro duro è cambiato ancora. Non sto dicendo che lavorare tante ore non sia più importante. Sto invece dicendo che potresti anche passare molte ore in azienda o dai clienti, senza però fare mai il vero lavoro duro, quello cioè, che ti farà progredire finanziariamente. (...) Il nuovo lavoro duro di oggi è quello emozionale. "Lavorare duro" oggi significa affrontare o fare quelle cose che ti causano difficoltà sul piano emotivo. Significa svolgere quelle attività che non ti piacciono o che continui a cercare di scansare, sbolognare o posticipare; significa affrontare quel socio o collaboratore che sai che non sta performando in modo adeguato o che si è seduto. Significa affrontare quelle sfide che ti fanno paura; abbandonare quel prodotto o servizio che sai non avrà più mercato; guardare negli occhi la situazione finanziaria dell'azienda ed accettare di ridurre i costi anche se sai che sarà sconsigliato. Lavorare duro, in altre parole, significa affrontare quelle situazioni che ti causano disagio o che, detto tra noi, preferiresti non affrontare. Oppure significa mettersi di buona lena ad imparare quelle attività che oggi come oggi non sai fare o non ti piacciono ma ti rendi conto faranno una grande differenza (CONTINUA)

IL LIBRO

SCONFIGGI LA CRISI

In tempi difficili solo i più forti fanno utili. Questo libro racconta le storie di piccole e medie imprese italiane come la tua che ce la fanno, ogni giorno, tutti i giorni. Ogni pagina descrive le **azioni concrete**, coraggiose ed emotivamente faticose, che questi imprenditori di successo hanno messo in campo per raggiungere grandi risultati. Raccogli i loro **suggerimenti** e migliora l'efficienza della tua azienda



Il nuovo libro di Paolo Ruggeri, in uscita il 25 luglio, vi indicherà le azioni vincenti delle Piccole e Medie imprese che continuano a fare utili anche in questo momento di crisi. Contiene consigli pratici che potrai applicare alla tua realtà aziendale

PRENOTALO SU
www.paoloruggeri.it

oppure

INVIA UNA MAIL A
info@paoloruggeri.it

per la tua azienda o la tua carriera domani.

Quello è il lavoro duro che dovresti fare. Abbiamo problemi economici perché, semmai, continuiamo a lavorare tante ore, ma evitiamo il lavoro duro. Se vuoi guadagnare soldi devi ritornare a fare il lavoro duro. Quali sono le scelte che stai evitando di fare?

PER FAR CRESCERE L'AZIENDA DEVI PRENDERE DECISIONI DIFFICILI SOTTO IL PIANO EMOTIVO

Un'azienda si blocca quando chi sta al vertice inizia ad aver paura di prendere decisioni difficili sotto il piano emotivo.(...) Un'azienda si blocca e smette di crescere quando al suo interno, ma soprattutto alla cima, non ci sono valori condivisi. Per "valori" in questo caso intendiamo "i principi o le linee guida che vengono adottati per la gestione dell'azienda" (...) Una situazione di valori contrastanti ha come sua ulteriore conseguenza il calo della motivazione di chi sta al vertice o di chi fino a un po' di tempo prima era il motore dell'azienda. L'imprenditore è sempre lo stesso. Ma avendo accettato dei valori che non condivide) inizierà a sentirsi snaturato e smetterà di mettere energia nei progetti futuri dell'azienda.(...) Nel corso del 2010 e del 2011 ho seguito personalmente circa 120 piccole e medie imprese sul territorio nazionale. Questo ha significato verificare ogni mese l'andamento dei fatturati e degli utili. Ogni volta che una delle aziende seguite aveva un deciso incremento del fatturato rispetto all'anno precedente, chiedevo all'imprenditore coinvolto quali fossero state, a suo avviso, le cause di un tale incremento. Ebbene, il 50% delle volte nelle quali i fatturati di un'impresa crescono, il fattore scatenante è il fatto di aver creato ad ogni costo armonia all'interno dell'impresa, o motivando e coinvolgendo le persone affinché sposino un progetto aziendale o, dove questo non fosse possibile, rimuovendo le persone che continuano a voler sostenere valori diversi.(...) "prendere decisioni difficili o che ti fanno paura è alla base della creazione del valore in azienda ma anche in qualsiasi area del vivere". Non puoi creare valore finché non metti in campo del coraggio.

ESCI DALLA ZONA DI COMFORT

L'amico e socio Roberto Gorini, alcuni anni fa, mi confidò un concetto che mi colpì molto. Secondo Gorini tutti noi abbiamo una "zona di comfort" vale a dire un'area di operatività o, potremmo anche dire, una serie di attività che sappiamo fare bene e che non ci causano difficoltà emotive o problemi.(...) (CONTINUA)

I DVD

COLLEZIONA I CONSIGLI DEGLI IMPRENDITORI AL TOP

Gli imprenditori parlano agli imprenditori e condividono le azioni pratiche che hanno portato le loro aziende ad eccellere. Troverai interessanti suggerimenti, spunti di riflessione e potrai replicare le loro gesta applicandole alla tua impresa per portarla al TOP



Ora ad un
PREZZO SPECIALE

In questo cofanetto composto da 11 DVD troverai gli interventi di alcuni imprenditori che stanno facendo la differenza nel loro settore. Metti in pratica i loro consigli.

ACQUISTA IL COFANETTO "TUTTE LE AZIONI VINCENTI DELL'OSM"

Contiene azioni pratiche che faranno realmente la differenza nella tua azienda

ORDINALO SU
www.paoloruggeri.it
oppure

INVIA UNA MAIL A
info@paoloruggeri.it

Gorini sostiene che generi valore solamente quando esci dalla tua zona di comfort, mentre se ci rimani all'interno consumi il valore che ti eri creato in precedenza.(...) Per l'imprenditore la cui azienda "si è bloccata" a causa di valori discordanti al vertice, "creare valore" dunque significa decidersi ad affrontare le persone che si sono sedute, o che non si assumono la responsabilità o che rimangono contro anche se questo gli causa una certa preoccupazione o un certo timore per le possibili conseguenze.(...) "Creare valore" dunque vuol dire ritornare a provare emozioni "forti": parlare in pubblico, suonare i campanelli, superare le Colonne d'Ercole anche se la paura ci paralizza, lanciarsi in un nuovo progetto, scrivere un libro, osare... Creare valore ed uscire dalla zona di comfort vuol dire, soprattutto, essere ancora vivi.(...) Tutto quello che possiedi oggi che ha per te un certo valore proviene unicamente e direttamente dall'aver avuto il coraggio, nel passato, di uscire dalle zone di comfort. (...) "Creare - sostiene Gorini - non è confortevole. È eccitante, entusiasmante, è qualcosa che ti colpisce sotto il piano emozionale". Possiamo dedurre che due sono le emozioni o le sensazioni che dovremmo avere questa sera quando andiamo a letto che indicherebbero che stiamo generando valore: **a)** Eccitazione non vediamo l'ora che arrivi la mattina perché domani dobbiamo fare una cosa troppo "figa" **b)** Adrenalina (perché sappiamo che abbiamo appena fatto una scelta o compiuto un grande passo che ci fa una certa paura. Simile alla sensazione che prova chi scende in campo prima di un'importante sfida. Qual è l'emozione che stai provando in questo momento? Chi non prova né l'una né l'altra delle due sensazioni di cui sopra, è in una zona di comfort e sta consumando il valore che si era costruito nel passato.(...)

TORNA A METTERTI LE SCARPE DA GINNASTICA

Eusebio Gualino, AD di Gessi SpA, sostiene che il mercato pre-Lehman Brothers si poteva paragonare ad un grande lago nel quale le imprese andavano tranquillamente a fare "il pieno di acqua" (=il fatturato) indossando infradito. Il lago era davvero stracolmo.(...) Dopo Lehman Brothers l'acqua nel lago ha cominciato a ritirarsi, poi a scarseggiare ed infine numerosi imprenditori si sono ritrovati di fronte un lago quasi in secca: "Dov'è finita l'acqua?"; "Ma è perché l'acqua non c'è più? - incalza Gualino - No. L'acqua c'è ancora, solo che devi smettere di aspettare in riva al lago. Devi toglierti le infradito, mettere le scarpe da ginnastica, risalire la montagna ed andare alla fonte...". Gualino sostiene che esistono ancora migliaia di aziende che aspettano che i clienti tornino,
(CONTINUA)

LA TESTIMONIANZA

L'AZIENDA, I VALORI E LA CRESCITA

Un'azienda si blocca quando chi sta al vertice inizia ad aver paura di prendere decisioni difficili sotto il piano emotivo. Antonio Coeli è il direttore commerciale di CAF CGN SpA, il primo CAF per professionisti in Italia con oltre 25.000 associati su tutto il territorio nazionale. La CGN nel 2009 è stata l'azienda che ha avuto il miglior ROI in tutta la provincia di Pordenone. Ad una recente presentazione, a Maggio del 2011, Coeli spiegava che l'azienda, nonostante i grandi risultati e la grande crescita ottenuta negli anni passati, aveva cominciato a rallentare: "L'azienda e noi stavamo esaurendo le pile, le motivazioni e l'energia. Non ci divertivamo più...". La crescita si era arrestata. "All'inizio non lo ritenevo importante - continua Coeli - ma poi compresi che perché un'azienda cresca serve una grande unità di intenti e di valori. Se non c'è unità di intenti e di valori all'interno dell'impresa tra i vari responsabili questa si blocca e smette di crescere.... Ricordo che 1,5 - 2 anni fa, una delle prime volte che venivo alla MBS a Bologna, sentii un intervento di Cabriniche diceva più o meno "non puoi lavorare con persone che non condividono i tuoi valori". Questa cosa mi colpì molto, perché in quell'intervento Cabrinini la "metteva giù" un po' dura, del tipo "è così e basta"; io fino ad allora pensavo che, sì, va bene, meglio lavorare con persone con cui vai d'accordo, ma poi devi lavorare con tutti quelli che ti trovi in squadra... Non avevo mai preso coscienza che non è un problema di "andare d'accordo" o di "feeling epidermico"; il problema è che se le persone di una squadra hanno scale di valori diverse (esempio: non per tutti il lavoro di squadra è importante; la trasparenza non conta in modo uguale per tutti; la coerenza alcuni non la considerano importante), prima o poi (PRIMA ...) nascono dei problemi". Un'azienda si blocca e smette di crescere quando al suo interno, ma soprattutto alla cima, non ci sono valori condivisi.

quando invece non si rendono conto che oggi, se vuoi trovare dei clienti, devi andarteli a cercare.(...) oggi dobbiamo uscire dalla comodità e ritornare a ricercare ed affrontare la scomodità, lavorare senza una segretaria, tornare a visitare i clienti e, soprattutto fare le cose che facevamo quando non avevamo i soldi. Gli imprenditori che hanno sperimentato grandi crescita negli ultimi 2 anni concordano. Infatti al terzo posto tra le attività che secondo loro hanno maggiormente determinato l'incremento del giro d'affari delle loro imprese collocano: "Il titolare che esce dall'azienda e che torna a visitare i clienti", elemento questo che include risposte quali "tornare sul marciapiede", "rimettersi le scarpe da ginnastica", "andare dai clienti", "ritornare a fare il lavoro di sviluppo". Hai proprio ragione: davanti a te è probabile che ci sia un lago prosciugato ma è anche vero che se ti metti le scarpe da ginnastica e fai un po' di lavoro di sviluppo, prima o poi le opportunità sul mercato le trovi. A proposito, hai già tirato fuori le tue dalla scarpiera?

L'ECONOMIA DEL CUORE

Il lavoro duro è cambiato. Oggi per creare valore dobbiamo ricercare la scomodità, uscire dalle zone di comfort e prendere decisioni che ci mettono a disagio emotivamente. La creazione del valore ha come suo presupposto il rischio o l'eccitazione per un nuovo progetto. Difficilmente riesci a creare valore se fai sempre le stesse cose poco eccitanti. Quali sono le cose all'interno della tua azienda che non stai affrontando? Quali sono i progetti ambiziosi che continui a posporre? Quali sono le aree, le attività o le persone da cui ti ritiri perché ti causano timore o ti fanno paura? Quali sono le cose che generano in te una grande eccitazione che hai smesso di fare? Smettila di tamponare o di fare una gestione confortevole: esci dalle tue zone di comfort. Ritorna a inseguire progetti ambiziosi e spazza via chi non te lo permette.

Alcuni consigli:

- 1) Affronta eventuali compromessi o "equilibrismi" all'interno dell'impresa ricordandoti che quando ci sono scale di valori contrastanti in un'azienda questa si blocca e da lì in poi perde colpi fino a chiudere.
- 2) Fai scomfort: è solo quando provi eccitazione o paura che generi valore.
- 3) Se ancora non l'hai fatto rimettiti le scarpe da ginnastica e torna a fare lavoro di sviluppo: ti renderai conto che, se la cerchi davvero, l'acqua alla fine la trovi. **(CONTINUA)**

L' AUDIOLIBRO

IN QUALSIASI SCENARIO ECONOMICO
CI SONO DEI **PRINCIPI** CHE
TI GUIDERANNO ALLA **PROSPERITA'**

Mentre viaggi non farti sommergere dalle notizie negative dei radio giornali, ascolta qualcosa che ti darà carica, motivazione e... risultati !

AUDIOLIBRO IN FORMATO MP3



Paolo A. Ruggeri

Le 10 regole del successo

Vivi da protagonista, rivoluziona le tue idee e i tuoi rapporti con gli altri per migliorare i tuoi risultati



"Desideri liberarti dall'insoddisfazione cronica e dalla sindrome dell'insuccesso per cominciare a pensare in grande?"

Tutti coloro che continuano a lamentarsi perché non raggiungono i traguardi a cui aspirano nel lavoro - perché lo stipendio non li soddisfa o perché ritengono di non essere stimati e apprezzati come meriterebbero - dovrebbero ascoltare questo audiolibro che offre consigli e idee per tramutare la propria esistenza in una vita ricca di soddisfazioni.

In questo testo, l'autore individua gli errori più comuni di chi non riesce a raggiungere il successo personale e lo incoraggia ad essere selettivo nella scelta delle attività, a non disperdere inutilmente le proprie energie, a sfruttare le buone occasioni senza aspettare che piovano dal cielo ed infine a dare una svolta significativa alla propria esistenza.

Realizzato in formato mp3



Open Source Management
Via Quarto, 5 - 40138 Bologna - Tel. 0518990411 Fax 0518990155
www.paoloruggeri.it; info@osmanagement.it

Ascolta l'audiolibro de "Le 10 Regole del Successo" scritto da Paolo Ruggeri per condividere le azioni vincenti che lo hanno portato alla prosperità come imprenditore.

ORDINALO SU
www.paoloruggeri.it

oppure

INVIA UNA MAIL A
info@paoloruggeri.it



4) Ritorna a fare le cose che ti causano grande eccitazione positiva, i progetti ambiziosi che cambieranno il mondo.

Si è passati dall'economia della fatica fisica (quella dei nostri nonni e delle prime catene di montaggio) all'economia della testa (quella dell'organizzazione aziendale, dei colletti bianchi, del controllo qualità, della logistica e delle risorse umane) per poi arrivare all'economia del cuore. L'economia del cuore è l'economia dell'empatia, della bellezza, dello spirito e delle emozioni. Ma soprattutto è l'economia del coraggio, una caratteristica che non manca a nessuno di noi e sulla quale, certamente, non siamo inferiori né ai cinesi, né ai tedeschi, né agli americani. Se fai il duro lavoro puoi vincere.

Tratto dal nuovo libro di **Paolo Ruggeri** **"Piccole e Medie imprese che battono la crisi"**

RIPORTA LA TUA AZIENDA A FARE UTILI

ACQUISTA UNO DEI NOSTRI PRODOTTI EDITORIALI !

Per acquistare i libri compila il seguente modulo e spediscilo via **fax** al numero **051 8490155**.

Altrimenti inviaci una **mail** a info@paoloruggeri.it

o contattaci al numero 051 8490411

| | | |
|---|-------------|-----------------------------------|
| Ragione Sociale | Cap e Città | Indirizzo |
| Telefono | Fax | E- mail |
| Nome Referente | Mansione | |
| Partita iva/Codice Fiscale | | |
| Prodotti a cui sono interessato (barrare le voci di interesse e indicarne il quantitativo) | | |
| <input type="checkbox"/> Audiolibro "Le 10 regole del successo" - Paolo Ruggeri | | _____ 23 € |
| <input type="checkbox"/> Cofanetto "Tutte le azioni vincenti dell'OSM" cd 1/11 | | _____ 320 285 € |
| <input type="checkbox"/> "Piccole e medie imprese che battono la crisi" - Il nuovo libro di Paolo Ruggeri | | _____ 30 € |
| <input type="checkbox"/> Pacchetto completo DVD+ Audiolibro + PMI che battono la crisi | | _____ 310 € |
| Modalità di pagamento (barrare la modalità preferita) | | |
| <input type="checkbox"/> contrassegno (contributo spese 3€) | | |
| <input type="checkbox"/> bonifico bancario (contattaci all'indirizzo info@paoloruggeri.it) | | |

Spese di spedizione di 4€, per ordini inferiori a 55€

Ricevi questa newsletter perchè sei iscritto alla mailing list www.paoloruggeri.it Lo scopo delle mie e-news è approfondire progetti, condividere tematiche manageriali, tendenze e idee personali e aziendali di successo. Se vuoi saperne di più sugli argomenti trattati, scrivi senza impegno a info@paoloruggeri.it

Per cancellarti dalla mailing list, scrivi una mail a info@paoloruggeri.it specificando come oggetto CANCELLAMI.