



## Ricerca e Formazione a cura di Giovanni Matera

### ... e se provassimo a guardarci dentro?

Abbondano ogni giorno tavole rotonde, seminari, comizi e iniziative d'ogni genere organizzati da partiti, associazioni di categoria ecc...

I protagonisti in campo ci raccontano cose che, per la verità, sappiamo già da un po' dai giornali e dalle tv. La crisi economica, i cinesi, gli indiani, la situazione finanziaria americana che si riflette sull'Europa; e ancora, le grandi aziende del nord che si sono insediate per qualche anno al sud, giusto il tempo di rapinare il bottino dei finanziamenti pubblici e scappare nei paesi dell'est o dall'altra parte del mondo, determinando così un inevitabile e duro incremento della disoccupazione e del precariato. Insomma, tutto sembra precipitare irrimediabilmente nel baratro e noi, comuni mortali, siamo rassegnati all'idea di non poterci fare nulla!

Ma sarà proprio così? Siamo davvero certi che non possiamo fare niente? Che ci tocca continuare a subire passivamente un destino che altri hanno scritto per noi? E se provassimo a guardarci dentro? Se cominciassimo a porgerci una semplice domanda: "Ma io, cosa posso fare?"

Con ciò non dico nulla di nuovo, prima è meglio di me, l'ha già affermato il grande e compianto presidente degli Stati Uniti d'America, John Fitzgerald Kennedy, allorché un suo concittadino gli chiese cosa avrebbe fatto per lui, e il presidente rispose: "Non pensare a cosa la tua nazione può fare per te, pensa a cosa tu puoi fare per la tua nazione".

Ognuno di noi, nel suo piccolo, è un imprenditore, qualunque sia il suo ruolo nella società: padre, madre, nonno/a o figlio/a di famiglia, professionista, dipendente, precario/a o disoccupato/a. Ognuno di noi è titolare dell'impresa di se stesso e, come tale, unico attore del proprio destino, che non può ridursi a spettatore della propria esistenza.

Per similitudine, prendiamo in esame le nostre Piccole e Medie Imprese, in questo particolare momento storico di congiuntura economica, e vediamo che: alcune soffrono talmente tanto la crisi, che hanno dato inizio al ridimensionamento sia delle loro strutture sia dei loro dipendenti; altre continuano, invece, a crescere e a espandersi.

Come mai? Quali sono i motivi di questa grande differenza?

Bene. Dopo una lunga ricerca di studi condotti nella mia azienda, in giro per l'Italia e con il prezioso aiuto di grandi professionisti del settore (nazionali ed esteri), ho capito che la differenza sta tutta in questa semplice ma fondamentale domanda: "Ma io, cosa posso fare?"

Allora ce la siamo posta sul serio, e in maniera profonda, questa benedetta domanda; e subito, davanti a noi, si è spalancato un inaspettato quanto sorprendente e chiaro orizzonte, che abbiamo ampiamente interpretato e tradotto in 6 punti primari:

1. Invece di usare i momenti sfavorevoli di mercato come una giustificazione, bisogna occuparsi delle cause interne. Quali sono le aree di inefficienza della tua azienda?

I cali di fatturato o del giro d'affari avvengono quando congiunture esterne sfavorevoli si vengono a incontrare con una scena interna all'azienda, che è già da un po' di tempo in deperimento.

2. Imprenditori al comando di aziende vincenti escono dalla propria zona di comfort, abbracciando progetti che fanno paura o creano eccitazione.

Quando rimani nella zona di comfort, vivi al centro di numerosi compromessi: tamponi le situazioni e la tua azienda, di conseguenza, non fa passi in avanti.

Quali sono le cose della tua azienda che non stai affrontando?

Quali sono i progetti che continui a rimandare?

Esci dalla zona di comfort. Quando l'hai fatto, in passato, hai sempre ottenuto buoni risultati.

3. Le aziende che crescono, anche in tempi di crisi, fanno davvero il Marketing, che non è fatto solo di fiere, brochure e manifesti.

Qual è la vision per la tua impresa?

Dove sono "i soldi veri" nel tuo settore?

Quali sono le reali necessità della tua clientela e come la tua impresa si sta organizzando per soddisfarle?

Le aziende vincenti fanno ricerca e formazione. Quando smettono di farlo, sono pronte per il fallimento.

4. Le aziende di successo misurano gli utili su base mensile.

Ricordiamoci: non si può ottenere ciò che non si misura.

5. Gli imprenditori delle aziende che crescono, dedicano buona parte del loro tempo alle attività che faranno una grande differenza per il successo della loro azienda, domani.

6. Chi guida tali aziende ha ben chiaro che il primo punto, di qualsiasi progetto d'impresa, consiste nell'intraprendere un programma per migliorare se stessi.

Per le performance individuali non è tanto importante quanto bravo già sei; quello che è veramente conta è quanto più aspiri a diventarlo.

Tom Peters, un signore che di economia ne sa veramente tanto, in un seminario a Bologna gli fu chiesto: "Quanto tempo occorre per avere successo nel lavoro e nella vita?". "UN MINUTO!" Rispose deciso il signor Peters; e subito dopo aggiunse: "Un minuto è il tempo che ci vuole per decidere". Nello stesso tempo, però, avvertiva che quasi nessuno lo avrebbe mai applicato, poiché era troppo semplice.

Voi che pensate di fare? Vi regalerete quel minuto?

**Giovanni Matera**

[www.matarredamenti.it](http://www.matarredamenti.it)