

IL PUNTO DEL MESE

Carissimi amici,

luglio è stato il primo mese in cui l'MBS Milano si è svolto per due giorni consecutivi. L'evento ha visto la partecipazione di tanti imprenditori e tanti collaboratori.

Per **settembre** grandi novità, prima tra tutte la classe dell'MBS Milano si sposterà presso **l'Hotel Monza&Brianza Palace di Cinisello Balsamo**.

Per le altre contatta il tuo consulente!
Nel frattempo vi auguriamo buone vacanze!

Lo Staff MBS

NUOVI ARRIVI

Ecco gli imprenditori che hanno deciso di iniziare il loro percorso formativo in MBS a Milano.

Vogliamo quindi dare il **benvenuto** alle new entry di questo mese.

Ecco i loro nomi:

- Robert (Hedex)
- Jennifer e Daniel (Ropeca)
- Manuela (M3)
- Marinella (Studio Bertolatti)
- Marco (Next)
- Valentino (Cippà Trasporti)
- Nadia (Studio Donati)
- Hubert (Alwin)

A loro un benvenuto e un "in bocca al lupo" per le loro prossime sfide professionali!

Lo Staff MBS

GLI INTERVENTI DEL MESE

Nella giornata del **6 luglio** abbiamo assistito al seguente intervento:

Paolo Ruggeri – Fare progetti per l'impresa

Paolo inizia l'intervento ribadendo alcuni concetti chiave sulla situazione economica di oggi: oggi il mercato cambia velocemente ed è importante che gli imprenditori insegnino agli imprenditori e che imparino a collaborare di più fra loro.

Paolo, inoltre, descrive alcune linee di comportamento per superare la crisi e crescere.



La **prima linea** concerne l'aver il coraggio di **essere disciplinati** nella propria impresa; **essere umili** perché l'arroganza porta a perdere il contatto con la realtà e a dimenticare che sono i clienti la priorità; infine **controllare le finanze**: il breakeven, la marginalità e il fatturato sono indicatori che, se calano, manifestano qualcosa che non si sta facendo o si sta facendo male.

La **seconda linea**, invece, è costituita dalla capacità di **mantenere vivo il sogno**, il progetto aziendale originario, perché è in questo modo che si richiamano le persone e le circostanze migliori; e dall'aver il coraggio di perseguire tale meta. Per vincere la crisi gli imprenditori

devono ritornare al momento in cui hanno messo in piedi l'azienda, al momento in cui avevano un sogno da realizzare.

Infine la **terza linea** riguarda l'effettiva realizzazione della propria **mission aziendale**, considerando le esigenze del mercato: è in questo momento che il marketing e i suoi strumenti (sondaggi, analisi di mercato, evoluzione dell'offerta, innovazione di prodotto, etc.) possono dare il supporto migliore.

Paolo conclude che la vera crisi è dover risolvere i problemi interni, ma che bisogna ricordare che *"le cose che ci circondano sono fatte di sogni"*.

Nella giornata del **7 luglio** abbiamo assistito ai seguenti interventi:

Paolo Ruggeri – Studiare per avere risultati

Paolo interviene sull'importanza dello studio come strumento fondamentale per avere un risultato economico: **lo studio deve condurre a dei risultati concreti**, ovvero solo monitorando le statistiche dei fatturati e della marginalità siamo in grado di valutare un reale miglioramento.

Paolo afferma " *la crisi è finita e la ripresa c'è, ma se non te ne accorgi, il tuo modello di business non è più adatto e risulta necessario cambiarlo*".

Per capire come è necessario agire, basta osservare le aziende che sono in incremento.

Il punto zero è conoscere il valore del proprio **breakeven**, ovvero il punto di pareggio; successivamente è necessario capire se si ha una **visione chiara** e, in caso negativo, affrontare i problemi interni che ne impediscono l'esistenza; una volta individuate le aree critiche, vanno misurati con gli indicatori economici senza giustificare picchi negativi e cali.

Successivamente sarà necessario utilizzare il **marketing** (i clienti sanno della tua esistenza, quali sono le loro esigenze, su cosa è basata la loro fedeltà) e imparare a gestire e a motivare la **risorse umane** attraverso progetti e obiettivi comuni.

Infine, conclude Paolo, è necessario che l'imprenditore studi e migliori in prima persona perché " *l'azienda è ad immagine e somiglianza di chi la guida*".

Oscar Lambrughì – Internet

Oscar, titolare di EDUCOM, web agency dedicata alla comunicazione via web, inizia il suo intervento con una provocazione agli imprenditori "quanto vi ha fatto guadagnare Internet nel 2009?"

Internet è uno **scenario in continua crescita**: gli utenti sono in aumento e l'età media si è alzata a 36 anni, inoltre il valore degli investimenti pubblicitari si è spostato di molto sul web rispetto alla TV, indicatore molto valido all'estero ma molto meno rilevante in Italia.

Attualmente il web è usato perlopiù per avere maggiori informazioni e poi effettuare un acquisto, per relazionarsi tramite i Social network (Facebook) e per svago (Youtube, iTunes).

E le aziende cosa cercano sul Web?

Trovano e cercano di fidelizzare i clienti, ma cercano sia di risparmiare che offrire nuovi servizi: un **case history** riguarda l'ideazione da parte di Educom del primo sito Adecco nel 1998 in grado di raccogliere i Cv dei candidati.

Oscar conclude che per vendere è necessario che **i clienti sappiano della tua esistenza**, ovvero farsi trovare tramite Google: un'azienda può sia inserire parole chiave nel sito stesso oppure mettendo in atto delle vere e proprie campagne pubblicitarie, ma è altrettanto importante analizzar e i visitatori del sito stesso per capire se e quanto è stato soddisfatto il loro bisogno.



Intervista: Paolo Giuranna

Paolo Giuranna, di Tradex (www.tradexsrl.com), ci ha gentilmente rilasciato un'intervista in relazione alla sua esperienza in Mind Business School e ai suoi successi ottenuti.

Ecco le sue risposte proprio sulla sua esperienza:

D. Ci introduci la tua azienda?

R. Tradex è una società leader nel settore dell'Etichettatura, della Marcatura e dell'Identificazione Automatica.

Nata nel 1974 ha iniziato la propria attività puntando sulla commercializzazione di una gamma completa di prodotti, ponendo sempre estrema attenzione nella scelta delle aziende estere da rappresentare per l'Italia, quindi non solo per i sistemi di etichettatura industriale più innovativi in campo mondiale, ma soprattutto per la qualità nella costruzione, e l'affidabilità dei prodotti, dalle etichettatrici alle stampanti per etichette ai codificatori.

Anni di impegno nella ricerca della qualità anche del personale e dell'organizzazione interna, con continui training interni ed esterni, hanno portato Tradex a contare su un'organizzazione altamente specializzata, che ne aumenta il valore aziendale e, di conseguenza, difficilmente paragonabile e misurabile come valore aggiunto trasferito al cliente.

Oggi Tradex è fermamente inserita nel mercato dell'etichettatura e ha ottenuto l'accesso ad importanti aziende italiane e multinazionali, anche grazie all'ampia gamma di soluzioni offerte e all'affidabilità totale dimostrata da Tradex sia nel processo di vendita sia nell'assistenza post-vendita.

Fanno parte del "Gruppo Tradex" anche le aziende Print Media, Service Engineering, Eurocoding e l'ultima nata Gest.



D. Da quanto frequenti Open Source Management ed il corso MBS?

R. Ho iniziato a frequentare l'MBS di Bologna nei primi mesi del 2008, poi per problemi lavorativi ho dovuto sospendere per circa un anno, riprendendo in seguito a frequentare l'MBS di Milano.

D. Per quale motivo avevi iniziato il corso MBS? Che cosa ti aspettavi?

R. Per una mia crescita personale e professionale, penso ci sia sempre qualcosa da imparare nonostante i miei 36 anni di attività.

Molte volte si è concentrati nel lavorare per il quotidiano con i problemi sempre urgenti del giorno, e poi magari si rischia di "navigare a vista" e di perdere la vera meta (il sogno).

Frequentando l'MBS puoi mettere in campo delle attività in azienda completamente nuove o diverse da quelle solite, magari le avevi già in mente ma non sapevi come semplicemente metterle in pratica.

D. Dopo aver iniziato il corso, quale aspetto pratico è migliorato in azienda? Hai qualche successo nella tua attività manageriale da raccontarci?

R. Stiamo puntando molto sulla crescita personale e professionale dei dipendenti, infatti da qualche anno in azienda abbiamo dei corsi interni sui nostri prodotti, ma facciamo anche formazione su: causatività, comunicazione, etica, traffico inutile, ecc.ecc.

Poi abbiamo programmato delle riunioni mensili, per settore aziendale, per visionare e commentare le statistiche del mese e con l'occasione affrontiamo anche altri argomenti e questioni operative.

Quest'anno per differenziarci, abbiamo impostato anche nuove strategie commerciali e di mkt, offrendo ai nostri clienti e prospect, una nuova formula "All In" (un tutto compreso: macchina, materiale di consumo e assistenza) ad un costo certo di gestione senza sorprese e che è in linea con i desideri e le aspettative di affidabilità dei clienti.

LO STAFF A VOSTRA DISPOSIZIONE

Abbiamo raggruppato qui di seguito gli indirizzi e-mail di alcuni dei riferimenti della Mind Business School nel caso abbiate bisogno di informazioni più specifiche in determinate aree del percorso formativo o dei servizi che state ricevendo.

FLAVIO CABRINI

Direttore Esecutivo

f.cabrini@osmanagement.it

DAVIDE BALDI

Direttore Commerciale OSM Nord-Ovest

d.baldi@osmanagement.it

SILVIA BASSI

Responsabile Qualità

s.bassi@osmanagement.it

RENZO FERRI

Responsabile soddisfazione clienti

r.ferri@osmanagement.it

ALESSANDRA MASSARENTI

Responsabile aspetti organizzativi e adesioni ai corsi

a.massarenti@osmanagement.it

STEFANIA SACCHINI

Responsabile di creare B to B e matching tra i clienti

s.sacchini@osmanagement.it

SPORTELLI GRATUITI:

MARKETING

Chiara Mordente: c.mordente@osmanagement.it

VENDITE

Roberto Bonacasa: r.bonacasa@osmanagement.it

GESTIONE FINANZIARIA

Donatella Pasquale: d.pasquale@osmanagement.it

SELEZIONI

Eleonora Lai: e.lai@osmanagement.it

INFO GENERALI

eventinordovest@osmanagement.it