

LE PILLOLE MBS

1.

CLASSE MBS ADRIATICA

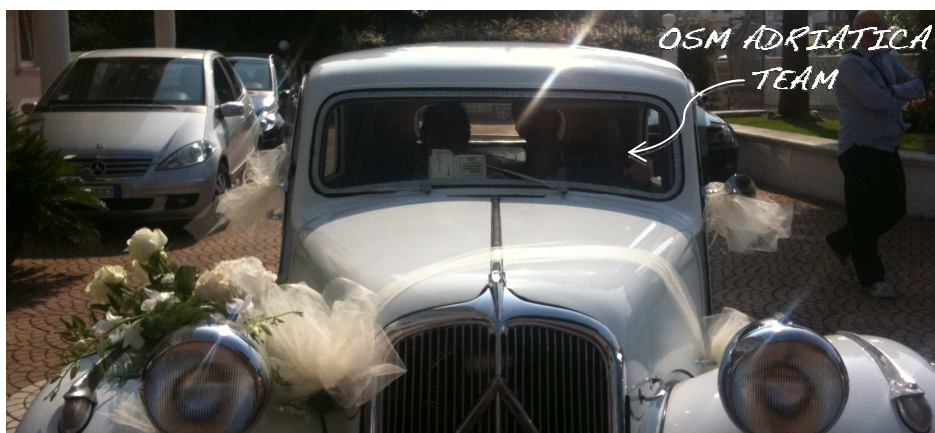
- 21 – 22 OTTOBRE 2011
- 25 – 26 NOVEMBRE 2011
- 13 – 14 DICEMBRE 2011

2.

AFORISMA DEL MESE

*“Vivi, ama, impara, lascia
una traccia per cui sarai
ricordato”*

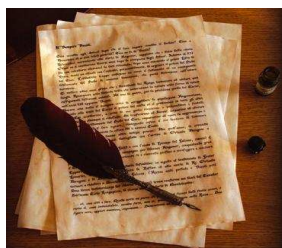
Paolo Ruggeri



ALL'MBS DI LANCIANO ABBIAMO SPOSATO
LA CAUSA DEI NOSTRI CLIENTI...

COSTRUISCI LA TUA LEADERSHIP

Massimiliano Calore



Esistono 2 tipi di leadership: quella razionale e quella irrazionale. La prima utilizza tecniche e modi di fare acquisibili per poter creare le condizioni ottimali nell'influenzare le altre persone; la seconda suscita attraverso comportamenti particolari, e sfaccettature, la voglia di partecipare ad un grande progetto.

Per costruire la tua leadership segui queste quattro regole:

PENSA IN GRANDE: Scrivi una meta, cancella e poi riscrivila pensandola ancora più grande; ripeti l'esercizio per 10 volte. Adesso prova a immaginare di raggiungere questo obiettivo. Se non fa paura non è grande a sufficienza!

ABBI CURA DELLE TUE PERSONE: Chi ti segue deve essere tutelato e sapere che farai di tutto per portarlo a traguardo. Questo si vede soprattutto nei fatti.

SII ISPIRATO: Esistono diverse tipologie di scopi, quello più elevato e che accende di più gli animi è quello collegato ad un ideale nobile.

MIGLIORA SEMPRE: Per mantenere e sviluppare il potere della leadership devi essere "quello" che fa le cose che non gli piacciono e che gli altri non sanno/vogliono fare. Come dice il Dott. Rehn: "La motivazione vera e il tuo futuro risiedono nel fare e applicarti alla soluzione di una cosa che detesti fare!".

Tutti questi atteggiamenti quando diventano propri e vengono utilizzati su base costante fanno vibrare le corde del violino di chi ci sta vicino e potrebbe cercare un grande progetto cui contribuire.



LE PILLOLE MBS

1.

CLASSE MBS ADRIATICA

- 21 – 22 OTTOBRE 2011
- 25 – 26 NOVEMBRE 2011
- 13 – 14 DICEMBRE 2011

2.

AFORISMA DEL MESE

“Vivi, ama, impara, lascia una traccia per cui sarai ricordato”

Paolo Ruggeri

SCUSATE MA OGGI **NON PARLIAMO DI VENDITE**

... **ABBIAMO UN PROBLEMA PIÙ GRANDE DA GESTIRE...**

Bruno Bruni



Il contesto economico-finanziario attuale vede grandi cambiamenti in atto; “c’è la crisi”, è vero, ma la verità è che il mondo evolve e tante aziende non riescono a cambiare con esso, rimanendo al palo. Allo stesso tempo i media, i collaboratori, il mercato continuano a ripetere che le cose vanno male, facendoci scendere di tono e riducendo la nostra motivazione. Cosa fare per uscirne?

“Abbiamo un amico in una brutta situazione; è venuto alla MBS, ha studiato un sacco di dati e ha capito che poteva raggiungere grandi obiettivi; si è scritto delle mete ambiziose... Bene direte voi! Certo! Il problema è arrivato dopo. La mattina, prima di andare in azienda, si ferma al bar per il caffè, dà una sbirciatina al giornale (economia) e legge titoli deprimenti, poi mentre esce incontra un “amico” che inizia a lamentarsi delle cattive situazioni di vendita. Arriva in azienda e incontra il responsabile amministrativo con la lista degli insoluti, il suo commerciale si lamenta della situazione di mercato...”

Cosa farà secondo voi il nostro amico?

Rinuncia alle sue mete? Riduce il budget che si era fissato? Fa orecchie da mercante e tira dritto ?

Per chi ha pensato la 1 o la 2, ha sbagliato, deve rifare il corso di efficienza manageriale. Per chi ha pensato la 3, bravo, va già bene, ma certe situazioni devono essere affrontate e gestite.

Le qualità delle comunicazioni che riceviamo influiscono marcatamente sul nostro umore; potremmo dire che, dalle comunicazioni che emettiamo, possiamo individuare il nostro stato emozionale. Tutte le comunicazioni negative come “è difficile”, “non si può fare”, “con la crisi che c’è”, ecc. sono dovute ad un calo emotivo; quando accettiamo e andiamo in accordo con queste comunicazioni, ne veniamo contagiati e diventano parte di noi, poi le emettiamo a nostra volta, senza rendercene conto.

Come difendersi allora? Ci vuole convinzione ed entusiasmo:

- Fatti scivolare di dosso le comunicazioni negative
- Allontana le persone ostili ai tuoi progetti
- Scegli le persone giuste; le persone giuste sono quelle che ti sono favorevoli
- Fai le azioni corrette, contrasta le comunicazioni negative con fatti reali
- Mantieni il tuo ENTUSIASMO
- Crea progetti che ti appassionano, persegui le tue mete
- Non permettere mai a nessuno, di invalidare la tua realtà
- Preserva il tuo buon umore, frequenta persone che ti stimano
- Sii integro (mantieni fede ai tuoi valori)



LE PILLOLE MBS

1.

CLASSE MBS ADRIATICA

- 21 – 22 OTTOBRE 2011
- 25 – 26 NOVEMBRE 2011
- 13 – 14 DICEMBRE 2011

2.

AFORISMA DEL MESE

*“Vivi, ama, impara, lascia
una traccia per cui sarai
ricordato”*

Paolo Ruggeri

Adesso PROMUOVITI! Fai conoscere al mercato, attraverso tutti i canali disponibili, la tua offerta unica di valore, ciò che ti rende unico sul mercato; persisti su questa strada!

EVENT MARKETING: IL COLPO VINCENTE

Enzo Galante e Sabrina Filippini di Radio Delta Uno



Enzo e Sabrina hanno raccontato alla classe la loro esperienza nell'evento che hanno organizzato, in collaborazione con il team marketing di OSM, per i loro clienti, presso l'hotel EKK a Citta Sant'Angelo (PE) il 12 Settembre scorso.

Organizzare e gestire un evento è sempre un'attività molto complessa, che richiede sforzi prima, durante e dopo, ma quello che ci ti lascia è sempre qualcosa di grande e indimenticabile; sono queste le sensazioni che ci hanno lasciato Enzo e Sabrina nel raccontarci la loro esperienza.

“Il Colpo Vincente, il 1° marketing open day” è stata una giornata in cui, radio Delta Uno, con la collaborazione dei consulenti marketing OSM, ha offerto ai suoi clienti, attraverso un approccio non convenzionale, una formazione pratica e concreta di cosa significa fare marketing per le PMI. Inoltre è stata un'occasione per l'azienda di presentare le sue novità in ambito di canali media da poter utilizzare nelle campagne pubblicitarie.

È stata un'occasione per il team di Radio Delta Uno di potersi mettere in gioco, di passare dalle parole ai fatti con carica ed entusiasmo, mista a un po' di paura, tipica di chi si prepara per fare qualcosa di veramente GRANDE.

Dai risultati sembra che ce l'abbiano fatta davvero!



Per maggiori informazioni sull'evento:

<http://www.radiodelta1.it/40-anni-di-grossicalibri/colpo-vincente-per-il-1°-marketing-open-day/>

<http://www.giannivacca.it/?s=il+colpo+vincente>



LE PILLOLE MBS

1.

CLASSE MBS ADRIATICA

- 21 – 22 OTTOBRE 2011
- 25 – 26 NOVEMBRE 2011
- 13 – 14 DICEMBRE 2011

2.

AFORISMA DEL MESE

*“Vivi, ama, impara, lascia
una traccia per cui sarai
ricordato”*

Paolo Ruggeri

10 PRINCIPI PER IL SUCCESSO AZIENDALE

Paolo Ruggeri



Nel mondo occidentale, gli stati spendono costantemente di più di quello che producono; basti pensare alle pensioni, alle inefficienze dei governi o alla finanza che produce solo denaro virtuale.

La soluzione fino ad oggi è stata quella di usare la leva del debito, ma nel lungo periodo la situazione diverrà insostenibile, producendo depressione economica e decrescita.

Per colmare il debito si possono percorrere diverse strade: indebitarsi ancora, cercare di vendere in tutti i modi o stipulare un accordo preventivo.

In ogni modo la soluzione corretta non è nessuna delle tre; è necessario rivoluzionare il sistema economico e il modo di fare azienda.

Devono essere prima le imprese a cambiare; di seguito 10 principi utili da seguire:

1. Decidi quello che fa la tua azienda (e quello che non fa).

Ogni buona strategia include un trade-off; per fare una cosa decidi di smettere di farne un'altra. Se non c'è un trade-off, la strategia è sbagliata. È necessario per le aziende scegliere e specializzarsi in un limite ben definito.

2. Decidi chi sono i clienti che servi (e focalizzati intensamente su di loro).

Non possiamo servire tutto il mercato; dobbiamo scegliere chi sono i clienti che vogliamo servire e focalizzarci intensamente su di essi. Per essere davvero efficace, devi amare lo stile di vita dei tuoi clienti.

3. Decidi che cosa ti rende diverso dagli altri (e fallo).

Ogni azienda deve avere una Proposta di Valore Unico rispetto agli altri. Non bisogna cadere nella trappola di iniziare a fare quello che fanno i propri concorrenti.

4. Gestisci il cash flow con grande attenzione.

Ogni mese calcola quanto ti entra e quanto ti esce; se le uscite sono costantemente maggiori delle entrate, è necessario intervenire per ridurre i costi.

5. Gestisci i collaboratori (incentivali ad avere successo).

La domanda da porsi è: quanti dei collaboratori presenti in azienda ne trarrebbero beneficio se l'azienda migliorasse i suoi risultati? Oggi serve un modello più collaborativo, coinvolgendo il più possibile le persone presenti in azienda, fino anche ai clienti.

6. Gestisci le aspettative dei clienti (underpromise and over deliver).

È il concetto dello scambio in abbondanza: dare al cliente di più di quello che si aspetta.

7. Stabilisci degli obiettivi e punta a raggiungerli.

A livello aziendale devi porti degli obiettivi di fatturato. L'uomo dà il massimo solo se ha degli obiettivi definiti.

LE PILLOLE MBS

1.

CLASSE MBS ADRIATICA

- 21 – 22 OTTOBRE 2011
- 25 – 26 NOVEMBRE 2011
- 13 – 14 DICEMBRE 2011

2.

AFORISMA DEL MESE

*“Vivi, ama, impara, lascia
una traccia per cui sarai
ricordato”*

Paolo Ruggeri

8. Esponi te stesso (di al mercato quello che fai).

Fatti conoscere dal mercato; fai marketing. Fai sapere al mercato quanto sei bravo a fare quello che fai.

9. Perservera (anche nei tempi duri).

Sii focalizzato nel fare quello che fai e in cui sei bravo. Ogni volta che smetti e riprendi da un'altra parte devi ricominciare da zero.

10. Mantieni sempre la tua integrità (in ogni cosa che fai).

Qualche volta scendi a compromessi; ti trovi a fare delle cose che vanno contro i tuoi principi etici. La perdita di integrità rischia di compromettere tutto il potenziale delle persone. Mantieni allenati corpo, mente e spirito; attraverso l'espressione massima di questi elementi riuscirai ad avere successo sia dal punto di vista personale che professionale!

SIZIONE

BRUNO BRUNI

*Responsabile Organizzativo Classe MBS
e Direttore Tecnico di Area
b.bruni@osmanagement.it*

DAVIDE GENTILE

*Consulente Marketing OSM Adriatica
d.gentile@osmanagement.it*

DANIELE VISSANI

*Consulente
d.vissani@osmanagement.it*

MARIANNA MATRICARDI

*Responsabile Selezioni OSM Adriatica
m.matricardi@osmanagement.it*

