



MANAGEMENT NEWS

from BOLOGNA

IN PILLOLE

CALENDARIO MBS BOLOGNA

25 - 26 Ottobre
22 - 23 Novembre

AFORISMA DEL MESE

"La gara non è sempre del più veloce, ma di coloro che continuano a correre"

Anonimo

CONTATTI AREA EMILIA-TOSCANA:

Direttore Commerciale
Emanuela DiCarlo
e.dicarlo@osmanagement.it

Direttore Tecnico:
Federica Broccoli
f.broccoli@osmanagement.it

Resp.le Marketing:
Simona Lodolo
s.lodolo@osmanagement.it

La rivista riservata ai clienti MBS, per approfondire i temi degli interventi che hanno movimentato le 2 giornate di Business School a Bologna.



Federica Broccoli

TROVA "CHI" TI CAMBIA L'AZIENDA!

Federica Broccoli, Resp.le Tecnico OSM per l'area Emilia Romagna e Toscana, esperta di selezione e formazione del personale, ha coinvolto ed emozionato la classe dello scorso 27 settembre. Il suo intervento ha sfatato un pensiero che, in questi momenti di congiuntura sfavorevole, è facile si insinui nelle aziende, ovvero che "le risorse umane non sono poi così importanti".

Il CHI – così Federica definisce la figura che fa ancora la differenza per un'impresa – è una persona che cambia l'azienda, un qualcuno che crea qualcosa dal niente, un risolutore dei problemi, il simbolo del "si può fare". Questo CHI è una persona che sa imparare e non si limita a sapere (Eric Hoffer), è un essere umano indispensabile (Seth Godin) il cui valore è riflesso nel PIL più di quanto non lo siano prodotti, materiali o la manodopera (Alan Greenspan).

Ma non tutte le aziende, purtroppo, sono piene di CHI. Perché? Federica ha elaborato una spiegazione semplice ma molto pragmatica: ci sono **8 idee virus che chiudono le porte dell'azienda ai CHI**. Spesso si cerca la persona perfetta, a volte si pensa di non aver bisogno di nessuno oppure si tende a voler risparmiare sulle risorse umane, altre si ha paura di crearsi dei concorrenti o ancora ci si limita a cercare candidati geograficamente vicini all'azienda, talvolta si cerca solo in situazioni di emergenza, non si ha un budget destinato alla selezione e si pensa che chiunque possa fare selezione.

Se vuole crescere e avere i CHI giusti, **un'azienda dovrebbe** essere sempre in selezione, cercare i migliori e non i più vicini, avere una persona dedicata esperta e un budget selezioni, usare un metodo, tenere un archivio di tutti i cv ricevuti e non risparmiare sulle persone, ma investirci sempre.

Ugo Ravaioli

COME OTTENERE L'ATTENZIONE DEI MEDIA

Nel suo primo intervento in esclusiva per MBS, Ugo Ravaioli ex Direttore de "Il Resto del Carlino" ha descritto agli imprenditori presenti **metodi e segreti per interessare i mass media** e ottenere visibilità per la propria impresa.

Tutte le aziende sanno come fare per essere presenti sui giornali, in radio, in tv: attraverso inserzioni pubblicitarie a pagamento. Ma è altrettanto risaputo il costo, praticamente insostenibile, di una pianificazione efficace sui mezzi di comunicazione di massa.

Per questo, l'ex direttore, ha fatto riflettere la sala su un metodo alternativo attraverso il quale, anche le pmi, tutte le pmi, possono ottenere notorietà, una visibilità autorevole, non autoreferenziale e, quindi, senza dubbio anche molto più convincente: l'attività di **ufficio stampa**.

Ravaioli invita le aziende a comunicare ai mass media notizie che la coinvolgono, come ad esempio il lancio di nuovi prodotti, l'espansione aziendale, l'acquisizione di importanti commesse, eventi e riconoscimenti. I suoi suggerimenti sono di promuovere soprattutto notizie di cui le testate sono "ghiotte" ovvero notizie "green", risultati economici importanti, sponsorship sportive di rilievo.

Ugo Ravaioli sarà presente anche alla MBS di ottobre per fornire consigli utili e supporto alle aziende che vogliono avviare un rapporto con i mass media.

**SE NON GESTISCI
LE BUONE NOTIZIE,
IL RISCHIO È CHE
SUI MASS MEDIA
DELLA TUA AZIENDA
VADANO SOLO
LE CATTIVE**

Paolo Ruggeri

10 PRINCIPI PER IL SUCCESSO AZIENDALE

Emozione e grandi stimoli per la chiusura della classe di settembre, affidata a Paolo Ruggeri. Un intervento, il suo, estremamente pratico e denso di concetti "pronti per l'uso", suggerimenti per conquistare il successo aziendale.



Priorità assoluta, per qualunque imprenditore, è "decidere quello che fa l'azienda e ciò che non fa, chi sono i clienti e cosa la rende diversa dalle altre". Poi occorre mettere in pratica, focalizzarsi intensamente sui clienti e fare ciò che ci distingue.

Immediatamente dopo, Paolo suggerisce di "gestire con grande attenzione il cash flow e i collaboratori, incentivandoli ad avere successo". Ma soprattutto di "gestire le aspettative dei clienti" cercando di **promettere di meno e concretizzare di più**, sorprendendolo con attività e servizi che non gli sono "dovuti e

che non si aspetta. Gli ultimi quattro consigli di Paolo Ruggeri si concentrano su "stabilire gli obiettivi e puntare a raggiungerli", "esporre se stessi", "perseverare, nonostante i tempi duri" e "mantenere sempre la propria integrità, in ogni cosa".

La presentazione integrale è disponibile su www.opensourcemangement.it e www.paoloruggeri.it