



LE PILLOLE **MBS**

1.

CLASSE MBS ADRIATICA

20 – 21 GENNAIO 2012
(CIVITANOVA MARCHE)

23 – 24 FEBBRAIO 2012
(CIVITANOVA MARCHE)

22 – 23 MARZO 2012
24 MARZO FIERA MBS
(BOLOGNA)

19 – 20 APRILE 2012
(CIVITANOVA MARCHE)

24 – 25 MAGGIO 2012
(CIVITANOVA MARCHE)

21 – 22 GIUGNO 2012
(CIVITANOVA MARCHE)

2.

AFORISMA DEL MESE

“Ottieni solo ciò che misuri”
Bruno Bruni

L'ARMONIA IN AZIENDA NASCE DA UNA VISIONE STRATEGICA CONDIVISA

Davide Gentile



*In senso generale, per **armonia** possiamo intendere un “**accordo e proporzione** tra le parti che formano un tutto, producendo un **effetto gradevole ai sensi**”. Come si traduce questa definizione in azienda? Quando si ha un'azienda armonica? E come si fa ad ottenerla?*

Si ha **armonia in azienda** quando tutti i suoi elementi sono in accordo tra loro: vanno tutti nella **stessa direzione**, con lo **stesso obiettivo** e adottando lo **stesso sistema di valori**. In altre parole, si ha armonia quando tutte le **PERSONE** che compongono l'azienda hanno la **stessa visione strategica dell'imprenditore**.

Da questo punto di vista, il **marketing** non deve avere solo un ruolo di relazione verso l'esterno con le attività pubblicitarie (quando si fa la promessa ai clienti), ma anche un **ruolo interno**, comunicando a tutte le persone che compongono l'organizzazione qual è la strategia aziendale, affinché anch'essi la **mettano in atto in ogni piccola azione quotidiana**, dall'amministrazione, alla produzione e soprattutto alla vendita che veicola, attraverso le relazioni con i clienti, i valori aziendali.

Si pensi se un'azienda dichiara tra i suoi valori fondamentali quello del servizio al cliente; come reagirebbe un cliente, che ha letto una comunicazione in cui si promuoveva questo valore, se l'addetto alla customer care fosse indisponente? Di certo troverebbe un disallineamento con la promessa. Ma la vera domanda è: “abbiamo detto al nostro collaboratore che questo è un valore fondamentale per la nostra azienda e che deve rispettarlo sempre e comunque”? Probabilmente no, oppure non siamo stati abbastanza efficaci nel trasferirlo.

Il primo passo per ottenere armonia in azienda, allora, è quello di **definire chiaramente quella che è la visione strategica** attraverso i seguenti elementi:

VISIONE: Quali sono gli obiettivi aziendali di lungo periodo, il **grande sogno**?

MISSIONE: Perché la tua azienda esiste?

VALORI: Quali sono i **principi fondamentali** che guidano l'organizzazione? Quali sono i **comportamenti attesi** da ogni suo membro?

Una volta definiti, fai un'email e inviala a tutti i collaboratori dell'azienda, dal primo all'ultimo, stampali su dei fogli grandi e appendili su tutte le pareti affinché tutti possano leggerli e averli sempre davanti.

Infine fai in modo che la tua visione strategica venga rispettata, sempre!



LE PILLOLE **MBS**

1.

CLASSE MBS ADRIATICA

20 – 21 GENNAIO 2012
(CIVITANOVA MARCHE)

23 – 24 FEBBRAIO 2012
(CIVITANOVA MARCHE)

22 – 23 MARZO 2012
24 MARZO FIERA MBS
(BOLOGNA)

19 – 20 APRILE 2012
(CIVITANOVA MARCHE)

24 – 25 MAGGIO 2012
(CIVITANOVA MARCHE)

21 – 22 GIUGNO 2012
(CIVITANOVA MARCHE)

2.

AFORISMA DEL MESE

“Ottieni solo ciò che misuri”
Bruno Bruni

MIGLIORARE LE PERFORMANCE AZIENDALI

ATTRAVERSO LE PERSONE DI VALORE

Marianna Matricardi



Il valore di un'idea imprenditoriale si misura dalla dimensione delle persone che la supportano e l'alimentano ogni giorno.

*Scegliere dei collaboratori di valore che siano in sintonia con il credo dell'imprenditore **augmenta certamente la probabilità di successo**. Oltretutto la presenza di queste persone innesca un **meccanismo virtuoso di autoselezione**.*

La velocità complessiva di un'azienda si misura dalla velocità della sua **particella più lenta** che, all'interno di un sistema organizzativo costituisce il collo di bottiglia. Se nell'organizzazione ci sono degli **elementi che rallentano** in maniera significativa i processi, nel medio-lungo periodo, **l'azienda inizia ad andare al loro ritmo**, divenendo inefficiente e con costi eccessivi rispetto al valore che genera.

Per migliorare le performance aziendali, è necessario innanzitutto stabilire degli **indici di misurazione**, in funzione delle persone e del loro ruolo; in particolare, parti da queste domande:

- Hai chiaro il risultato che vuoi ottenere dal tuo collaboratore?
- Conosci la produttività necessaria (BEP)?
- Hai delle statistiche individuali per misurarlo?
- Hai dei sistemi di gestione e sblocco della risorsa?

Una volta individuati dei sistemi di misurazione, puoi iniziare a misurare e **dividere i collaboratori dagli scollaboratori**; gli elementi distintivi delle due categorie sono descritti di seguito:

COLLABORATORE	SCOLLABORATORE
Porta Soluzioni	Porta Problemi
È veloce	È lento
Prima fa e poi chiede	Prima chiede e poi fa
Motiva	Demotiva

Qual è allora la strategia per aumentare la velocità dell'azienda? **Innesca l'effetto centrifuga!** Inserisci costantemente **persone nuove di talento** in grado di **contagiare le persone collaborative** che si allineano alla nuova velocità e indurre le **persone scollaborative a migliorarsi o ad allontanarsi**; infatti, con l'aumentare della velocità, le particelle più lente vengono spinte automaticamente fuori.

LE PILLOLE MBS

1.

CLASSE MBS ADRIATICA

20 – 21 GENNAIO 2012
(CIVITANOVA MARCHE)

23 – 24 FEBBRAIO 2012
(CIVITANOVA MARCHE)

22 – 23 MARZO 2012
24 MARZO FIERA MBS
(BOLOGNA)

19 – 20 APRILE 2012
(CIVITANOVA MARCHE)

24 – 25 MAGGIO 2012
(CIVITANOVA MARCHE)

21 – 22 GIUGNO 2012
(CIVITANOVA MARCHE)

2.

AFORISMA DEL MESE

“Ottieni solo ciò che misuri”
Bruno Bruni

I FONDAMENTALI DELLE PMI

Bruno Bruni



In ogni attività, il rispetto e il perseguimento dei fondamentali costituiscono un elemento chiave e basilare per la buona riuscita della stessa. Ogni attività ha i propri in fusione del settore e ambito di riferimento.

Quali sono i fondamentali per una PMI?

Nelle PMI, **le statistiche costituiscono uno dei fondamentali più importanti**, perché qualsiasi cosa faccio devo misurarla; in questa accezione, la statistica è la misurazione e il confronto di un indice tra due periodi differenti.

Come leggere le statistiche?

- **Mero valore:** è adatto per farci sopravvivere, fare gli investimenti che dobbiamo fare per pagare bene il personale? Qual è la linea di sopravvivenza (il BEP)?
- **Confronto:** Paragone tra il mese appena concluso e lo stesso mese dell'anno precedente. Ti fa capire se stai crescendo. Sta raggiungendo i tuoi obiettivi?
- **Tendenza:** dove sta andando la statistica? ti servono almeno 24 mesi. Se il trend si rompe, anche se continui a pensare al lungo termine, a breve devi identificare che cosa è stato cambiato prima della rottura per ripetere (o non ripetere) le azioni. Prendi le email, l'agenda e verifica cosa facevi in quel periodo. Quando sei in basso sei umile e fai le cose giuste, mentre quando arrivi in alto sei arrogante e smetti di fare le cose corrette. Generalmente i motivi del cambio di tendenza sono cose grandi.

La gestione d'impresa è avere dei **progetti e programmi che ti piacciono**, che ti entusiasmano; **mettiti in azione e sii umile nel guardare le statistiche**. Giustificare una statistica o una tendenza che cala o razionalizzarla non serve a farla salire.

Crea un progetto e portalo a compimento.

Ottieni solo ciò che misuri!



MANAGEMENT NEWS FROM ADRIATICA

Caro Amico,

Il 2012 cambierà radicalmente gli equilibri di mercato attuali; per questo ci impegniamo a esserti ancora più vicino, pianificando l'agenda MBS in modo che sia aderente a quella della tua impresa, mese per mese!

Nell'MBS di gennaio presenteremo il piano MBS Adriatica annuale; vieni a scoprire come programmare insieme la strategia per il 2012!



LE PILLOLE MBS

1.

CLASSE MBS ADRIATICA

20 – 21 GENNAIO 2012
(CIVITANOVA MARCHE)

23 – 24 FEBBRAIO 2012
(CIVITANOVA MARCHE)

22 – 23 MARZO 2012
24 MARZO FIERA MBS
(BOLOGNA)

19 – 20 APRILE 2012
(CIVITANOVA MARCHE)

24 – 25 MAGGIO 2012
(CIVITANOVA MARCHE)

21 – 22 GIUGNO 2012
(CIVITANOVA MARCHE)

2.

AFORISMA DEL MESE

“Ottieni solo ciò che misuri”
Bruno Bruni

LO STAFF MBS ADRIATICA A VOSTRA DISPOSIZIONE

BRUNO BRUNI

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

SIMONE CASADEI

Consulente OSM Adriatica
s.casadei@osmanagement.it

DAVIDE GENTILE

Responsabile Marketing OSM Adriatica
d.gentile@osmanagement.it

MARIANNA MATRICARDI

Responsabile Selezioni OSM Adriatica
m.matricardi@osmanagement.it

