



ULYSSE MANAGEMENT

STRATEGIA, ORGANIZZAZIONE E FORMAZIONE

STUDIO Caglini & Frasconi

"PROVOCAZIONI" E NOTIZIE

© ULYSSE MANAGEMENT

Anno 2 - Numero 9 - 10 marzo 2011

DAL MONDO ECONOMICO, SCIENTIFICO, AZIENDALE E DAL NOSTRO "PENSATOIO", ABBIAMO SCELTO PER VOI :

- √ In regalo per voi : *Come interpreto il mio ruolo di sales manager?* Si tratta di uno strumento utile per chi ha una responsabilità direttiva nel settore commerciale. Attraverso un confronto tra gli aspetti strategici del ruolo e l'importanza che essi hanno presso l'azienda per cui lavorate è possibile fare un programma personale di miglioramento. Chiedere in segreteria.
- √ Conduzione, 2 - Condurre uomini è il compito dei manager. E' possibile assolverlo avendo una conoscenza solo approssimativa della natura umana? Tenere a mente questi 5 punti può dare una mano.
 - 1- L'uomo non è una macchina a controllo numerico. Il così detto «fattore umano» con la sua imprevedibilità è la chiave di volta del successo o dell'insuccesso nelle realizzazioni aziendali. Non andrebbe mai dimenticato.
 - 2- L'uomo non è un essere razionale. Se puntate sulla logica, siete fuori strada già in partenza.
 - 3- L'uomo "produce" nel vero senso della parola solo quando lavora in un clima di fiducia. Chi non è capace di creare un clima di fiducia, come prima cosa, è perfettamente inutile che pensi a come motivare le persone.
 - 4- L'uomo ha bisogno di trovare un significato in ciò che fa, fosse anche la cosa più sgradevole del mondo. Questo punto è il cavallo di Troia usato dai leader per trovare un seguito. Praticate questa strada e troverete praterie incolte ma se siete di quelli che non "parlano" ai propri collaboratori, il cammino sarà difficile...
 - 5- Gli uomini non hanno fiducia in capi irresoluti, deboli, parziali, che mediano troppo senza arrivare al dunque. Quindi, fate sentire in buone mani i vostri collaboratori con una guida magari severa ma equa. Sarete perdonati e, forse, stimati.
- √ Strategia, 4 - Quando si parla di strategia aziendale tutti pensano alla strategia di mercato ma questa è una semplificazione fuorviante. Qualsiasi azienda possiede infatti (o dovrebbe possedere) due strategie : una, appunto, di mercato, rivolta all'esterno, che potremmo definire "Strategia M" ed un'altra rivolta invece all'interno , che potremmo chiamare "Strategia O", che sta per strategia di organizzazione, rivolta all'interno e che nessuno conosce se non chi vive in azienda (ma non sempre). E' molto difficile infatti che un capo azienda consideri la seconda (la "Strategia O") altrettanto importante della prima. Quindi l'azienda dal punto di vista organizzativo reagisce e si adegua solo quando costretta dalla necessità e non in modo proattivo (come invece fa sul mercato) creando in tal modo una frattura tra la sua offerta di prodotti (spesso innovativi e di qualità) e la sua capacità di sostenere l'offerta con competenze e prestazioni adeguate nei confronti di clienti, fornitori, personale interno, ecc.

segue



ULYSSE MANAGEMENT

STRATEGIA, ORGANIZZAZIONE E FORMAZIONE

STUDIO Caglini & Frasconi

Anche la "Strategia O", come quella "M", è basata su alcuni fattori critici fondamentali per il successo nei confronti dei quali, in modo proattivo e su base annuale il team di vertice deve confrontarsi sviluppando programmi incisivi per adeguare la crescita organizzativa dell'azienda all'evoluzione dei prodotti offerti.

- √ **Esercizio di management, 5** - Siete il capo azienda di una piccola impresa (una trentina di dipendenti) che opera nel settore della sub-fornitura meccanica (fresatura, tornitura, ecc.). Le prospettive di mercato sono pessime: le commesse più interessanti stanno passando all'estero, su quelle più piccole la concorrenza sta diventando insostenibile. Vi si chiede di individuare una strategia che sia contemporaneamente risolutiva, innovativa (possa costituire un modello anche per altri settori) e lungimirante. Naturalmente pensate sia alla "Strategia M" che alla "Strategia O".
- √ **La pulce nell'orecchio, 3** - Cifre, solo cifre. Negli ultimi 5 anni in Italia la produttività è diminuita dell'1%, il costo del lavoro aumentato del 12% e il reddito delle famiglie diminuito del 4%. In Germania, nello stesso periodo, la produttività è aumentata del 15%, il costo del lavoro è diminuito del 12% e il reddito delle famiglie aumentato del 5%. Dicono che quella tedesca sia una delle migliori classi dirigenti del mondo. È vero. E quella italiana ?
- √ **La citazione memorabile, 4** - «Un esercito di leoni condotti da un cervo perderà sempre contro un esercito di cervi condotto da un leone». (Antico proverbio iracheno).
- √ **Valutazione delle prestazioni, 1** - Questa faccenda della gestione dei talenti (o degli *high potential* come dicono gli addetti ai lavori) in azienda è perlomeno sospetta. Un talento in potenza non significa assolutamente nulla. Non bastano l'ambizione, le grandi idee, la preparazione culturale, la prontezza di mente, il possesso di un MBA, la brillantezza e la parlantina in una riunione per decretare la validità di una persona sul lavoro. L'unica cosa che conta sono i risultati. In linea di massima, soprattutto se la vostra conoscenza personale dei soggetti in questione è ancora vaga, dovete ascoltare cortesemente tutti e nello stesso tempo non credere nemmeno una parola di quello che dicono, spiegano, raccontano, promettono, ecc. Aspettateli al traguardo. L'unico modo di valutare il talento è l'esecuzione. Questo è lo scoglio sul quale si infrangono molti brillanti pseudo-talenti. ⚓
- √ *Il manager Romoletti, insieme a due colleghi, stavano sotto un ombrello nel breve tratto di strada tra la mensa e gli uffici. "Che bello", disse uno dei tre, "nessuno di noi si sta bagnando".
"Perché non piove", commentò un passante.*

Sedi : Perugia e Monte Vidon Corrado (FM) - P. IVA 02288180546

E mail: info@ulyssesmanagement.it - www.ulyssesmanagement.it