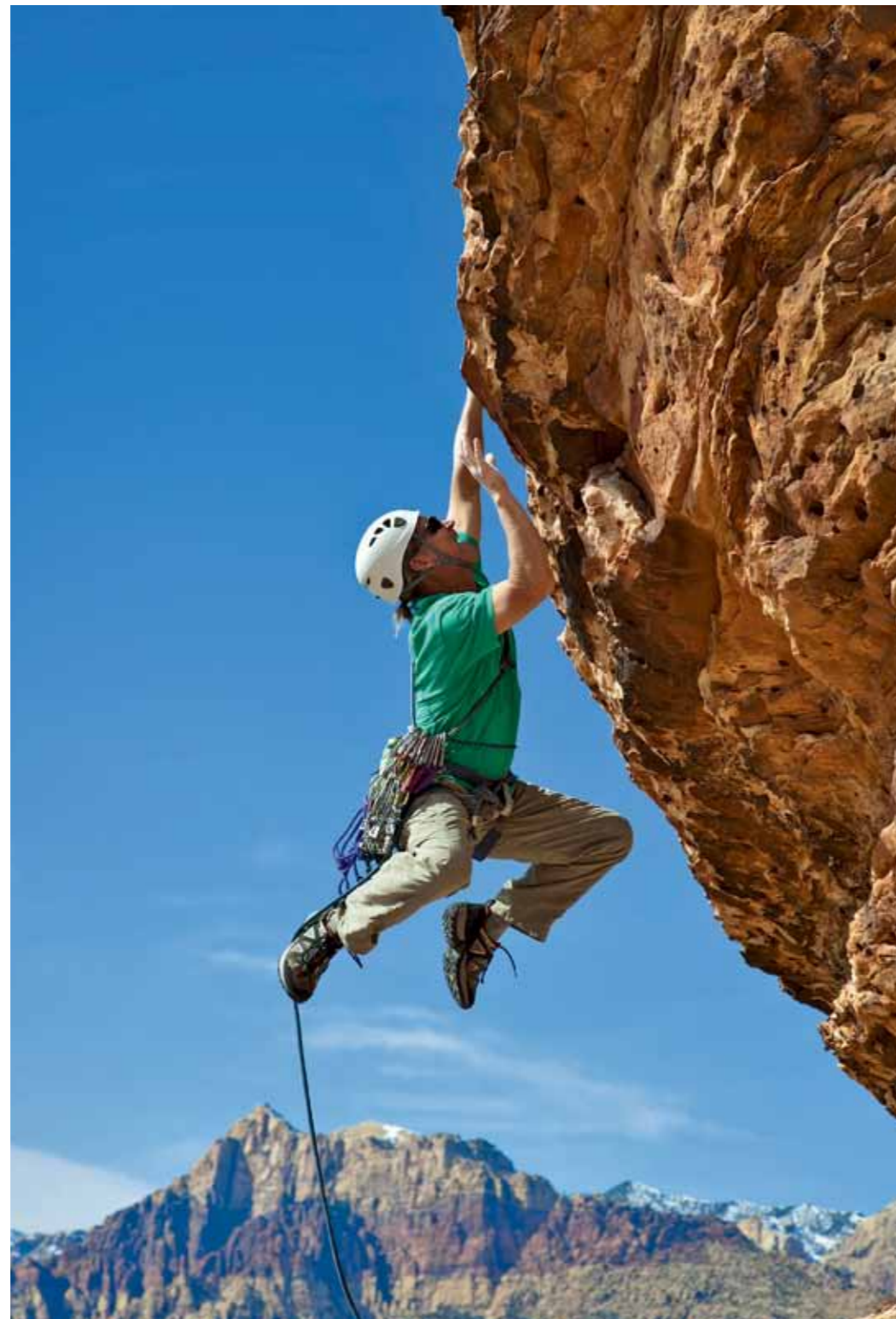


IL POTERE DI DECIDERE: ESERCIZI E RIFLESSIONI

FINE ANNO NUOVA RUBRICA. UNO STRUMENTO IN PIÙ PER PERMETTERE A TITOLARI D'AZIENDA E DI SHOW ROOM DI DISTRICARSI MEGLIO NEL COMPLICATO MONDO DEGLI AFFARI E DELLA GESTIONE IMPRENDITORIALE. MAI COME IN QUESTI ANNI RISULTA NECESSARIO DISTINGUERSI DAI CONCORRENTI ED ESSERE IN GRADO DI PROPORRE QUALCOSA IN PIÙ. SHOW ROOM METTE A DISPOSIZIONE DEI SUOI LETTORI UNA VERA E PROPRIA BUSINESS COACH

Vorrei iniziare evitando forme eccessive di eccitazione oppure espressioni diametralmente opposte di pessimismo e indirizzare la vostra attenzione su alcuni punti di riflessione: il mercato è cambiato, ma le persone sono invecchiate con i propri strumenti di lavoro, senza accorgersi che con il tempo questi si sono arrugginiti e non rispondono più alle nuove richieste economiche e commerciali; la fisica quantistica sta sempre più ribadendo, attraverso continue ed efficaci dimostrazioni scientifiche, il fatto che la realtà in cui viviamo è una rete di connessioni, dove gli eventi sono aspetti o manifestazioni differenti della stessa realtà. Ogni componente della natura è legata a un'altra in una relazione di scambio reciproco, secondo una regola e uno schema ben definiti senza possibilità di scelta: l'unico essere che può prendere decisioni e scegliere la qualità della sua vita e del suo destino è l'essere umano. È da qui che cominciamo a pensare. Ogni persona possiede un potere esclusivo, che spesso viene confuso in mezzo alle piccole e grandi crisi quotidiane e se ne perde il valore, dimenticando l'impatto energetico che potrebbe avere sulla qualità degli affari e delle relazioni: è il potere di decidere quale strada o azione intraprendere. Pensiamo a un player, egli ha due possibilità di scelta: decidere secondo necessità e quindi agire nell'immediato, oppure riflettere in anticipo su tutte le possibili eventualità concepibili e creare un piano completo, attraverso il quale scegliere l'azione da compiere. Questo è quello che viene definito **Piano Strategico**. Una strategia è un piano d'azione atto a esplorare tutte le possibili



soluzioni relative a una certa situazione e tutte le (o molte) conseguenze, attribuendo a ogni soluzione possibile un quantum di utilità. Quale è lo scopo della strategia? La risposta più ovvia è che la strategia ha lo scopo di reagire all'incertezza, di indirizzare il potere di decisione verso la scelta giusta. La strategia viene dunque a definirsi indispensabile, in una fase economica come quella contemporanea, per dirigere e anticipare le azioni, seguendo un percorso flessibile ai segnali, anche i più deboli, che provengono dall'esterno. Infatti la capacità di percepire, osservare e portare attenzione agli eventi inaspettati è essenziale nelle valutazioni e nelle scelte. Queste sono le caratteristiche che distinguono lo stratega e il leader, i quali con la loro visione guidano con perseveranza e determinazione verso il successo, perché sanno di avere il potere di decidere e quindi di scegliere. Come è possibile sviluppare la qualità decisionale? Sviluppando la **creatività relazionale**. Questa è la capacità che favorisce un adattamento più veloce ai cambiamenti e che ha l'importante funzione di individuare e selezionare le soluzioni (in termine anglosassone il problem solving). Vediamo un esempio: nella risoluzione di problemi, l'intelligenza ordinaria si basa sull'applicazione di regole più o meno fisse, prevedendo un numero limitato di casi dai quali esprimere soluzioni prevedibili. L'utilizzo della creatività, invece, permette di osservare il problema da più punti di vista, anche diversi dall'ambito del problema stesso, fino a formulare soluzioni innovative. La creatività si può sviluppare tagliando gli schemi rigidi, abituandosi a valutare le situazioni con più elasticità, con la fiducia in se stessi e soprattutto con l'indipendenza dalle scelte altrui. Il punto

rilevante è che questo strumento è sempre disponibile in ogni persona! La creatività, però, può restare inutilizzata se non si è pienamente consapevoli della grande opportunità che possediamo, cioè quella di decidere se accettare ciò che avviene e accontentarsi, quando non va poi così male. Oppure essere affamati di conoscenza e di sapere per diventare predatori delle opportunità, cacciatori di nuove esperienze. Solo in questa occasione la creatività da il meglio di se stessa! Se ognuno ha questo potere, perché è così complesso organizzarlo e metterlo in pratica? Perché la paura blocca le decisioni e inquina la creatività e l'intelligenza. La **paura** è un sentimento doppio: è utile per evitare eccessi di presunzione, ma da una parte può bloccare ogni iniziativa. La paura frenante è causata dall'incapacità di osservare in maniera critica ciò che si sapeva fare e accettare, con onestà, che quello non è più utile per vivere l'oggi. Mentre si rimane attaccati alle abitudini, la paura toglie energie alla capacità di adattamento, la quale fa fatica a seguire i cambiamenti rapidi e a volte sconvolgenti: il paradosso è che si è capaci di analizzare, di conoscere il codice di accesso delle tecnologie più sofisticate, ma non si riesce a trovare la chiave giusta per entrare nel programma dei cambiamenti personali. Questo succede perché il nuovo mette in discussione le proprie convinzioni e abitudini. Allora come si fa a usare il potere di decidere per scegliere l'azione giusta? Prima di tutto si deve smettere di lamentarsi, di criticare e interrompere questo flusso negativo per rivolgere l'energia verso la creazione di metodi e strategie nuove. Utilizzare l'intelligenza per selezionare ciò che serve, scegliere le comunicazioni utili, evitare le persone che scaricano negatività, persone disecologiche che seminano critiche distruttive.

E poi fare esercizio: allenarsi seguendo le tre fasi che possono cambiare la qualità del business (ma anche della vita personale e relazionale):
1° fase: dove dirigere l'attenzione
2° fase: il significato che viene dato agli eventi esterni
3° fase: le azioni

Dove dirigere l'attenzione
Esercitarsi a dirigere l'attenzione sul focus/scopo e sarà lì che scorrerà l'energia necessaria a spingere verso la scelta giusta.
Principio delle economie delle forze e della concentrazione*: la concentrazione del pensiero sullo scopo significa concentrare la volontà su un obiettivo ed escludere gli altri. È l'approccio difficile indispensabile per il leader, infatti pur nelle difficoltà più terribili, non si deve perdere di vista lo scopo altrimenti si diventa come un ramo secco trasportato dalla corrente del fiume.

Il significato che viene dato agli eventi esterni
Esercitarsi a dare significati diversi a ciò che succede: essere consapevoli che non tutti gli eventi esterni sono portatori di disavventure; imparare a vedere da più punti di vista. Siamo all'inizio o alla fine? La stessa cosa succede nelle relazioni: scegliere quale è il valore della persona e creare la relazione su quello.
Principio della sicurezza*: essere consapevoli della possibilità di un evento improvviso, quindi essere preparati mentalmente a cambiare i propri comportamenti, per trasformare una potenziale vulnerabilità in un successo.

Le azioni
Esercitarsi ad agire: il successo dipende dalle azioni. Alcune persone hanno la forza di prendere nuove decisioni ed agire in quelle direzioni, altre decidono perché spinte dalle pressioni esterne ed in base a quanto fatto

in passato, ma ovviamente le loro azioni risultano inefficaci. Ci si deve allineare con il proprio obiettivo e agire.
Principio dell'attività*: essa mira a raggiungere il vantaggio nel tempo, impone di non restare passivi e di impiegare tutti i propri mezzi per raggiungere lo scopo il più velocemente possibile.

In conclusione descrivo i fattori che possono influenzare la determinazione e la perseveranza nel decidere:
Definizione dello scopo. Sapere ciò che si vuole è il requisito più importante per sviluppare la determinazione. Una forte motivazione aiuta a superare difficoltà iniziali e imprevisti.
Fiducia in se stessi. Credere nella propria capacità di poter conseguire un risultato incoraggia a seguire il piano con determinazione.
Definizione della strategia. Programmi organizzati e flessibili incoraggiano la determinazione e rafforzano la perseveranza a raggiungere il risultato.
Relazione. La qualità delle persone con cui si collabora crea una sinergia organizzata ed efficace rafforzando la determinazione.
Volontà. L'esercizio costante nel coltivare la volontà e nel concentrare i propri pensieri - in maniera proattiva - sulla definizione di un progetto, al fine di programmare l'ottenimento degli obiettivi prefissati, sviluppa la determinazione.
Coraggio. Determinare in quale occasione viene a mancare e perché, riconoscere la paura e stabilire volontariamente piccoli atti di coraggio.
Soddisfazione. Questa è un'energia contagiosa che sviluppa entusiasmo e produce energia ecologica per l'azione.

E ora cominciamo l'allenamento!
Patrizia Esposito

* I tre principi sono estratti da 'La Strategia: Antologia sul dibattito strategico ordinata per argomenti' di Ferdinando Sanfelice di Monteforte, ed. Rubbettino

Patrizia Esposito (patrizia@gruppventidue.com www.espositoconsulting.com) esperta in comunicazione e formazione nel settore del serramento, svolge l'attività di consulente in comunicazione strategica e vendita relazionale, personal coach sulla leadership e creatrice di percorsi formativi e clinic su misura. Attenta studiosa dei cambiamenti del mercato e dei comportamenti d'acquisto, sviluppa piani e progetti di marketing innovativi unendo le conoscenze di diversi ambiti, quali artistico, sociologico e psicologico per avere una visione unitaria del mercato. Gruppo Ventidue Srl (www.gruppventidue.com) nasce da un'importante esperienza di oltre vent'anni nella comunicazione e nell'immagine di due designers e maestri d'arte applicata. La conoscenza multidisciplinare (artistica unita agli studi del lettering, del marketing e della comunicazione) permette di creare per le aziende nell'ambito del serramento piani strategici e strumenti mirati a migliorare le argomentazioni commerciali e la comunicazione con il mercato. Gruppo Ventidue ha collaborato con importanti realtà del settore proponendo nuovi metodi di comunicazione e di marketing.

