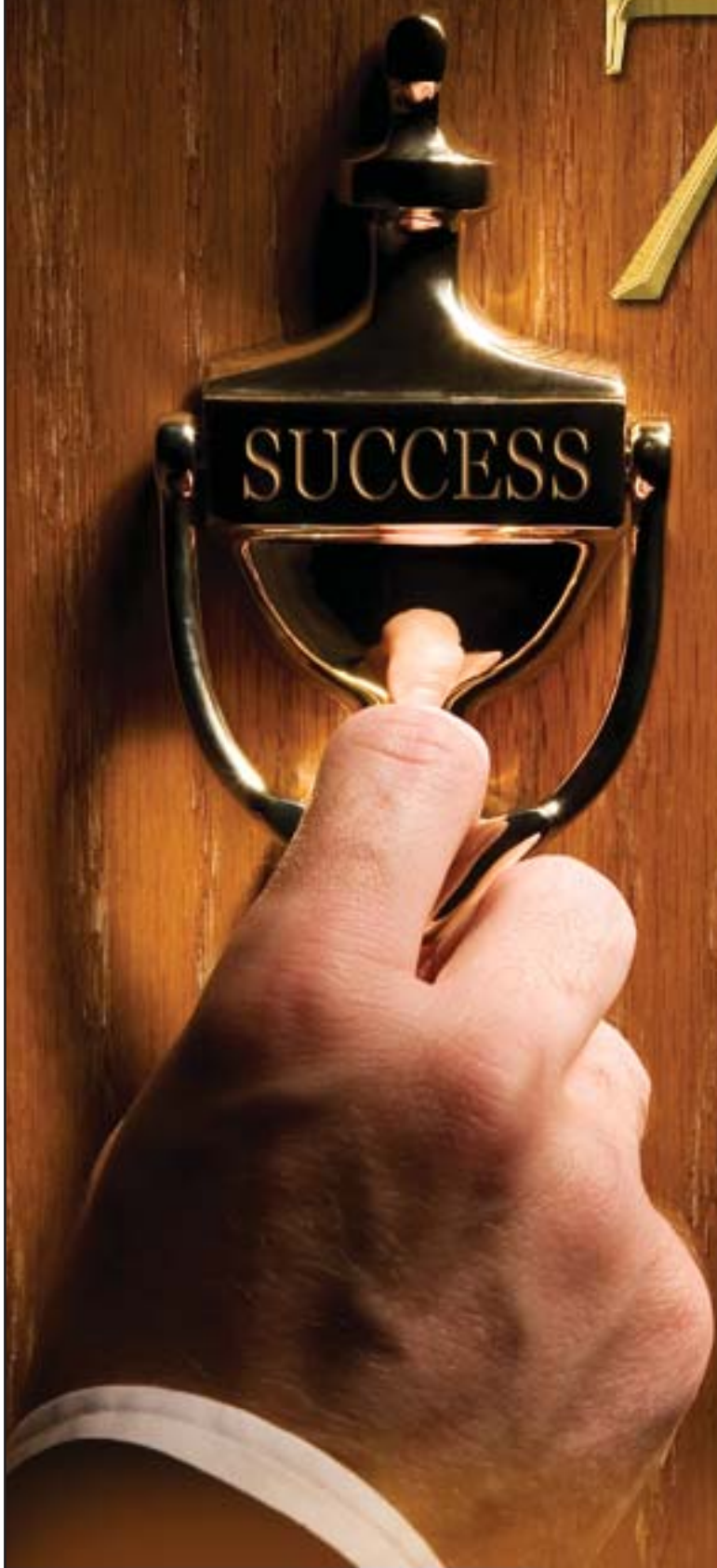


E-book

 HI-PERFORMANCE®
Il nuovo modo di fare formazione

7

mosse
PER RENDERE
VINCENTE
IL TUO
BUSINESS




BRIAN TRACY

BRIAN TRACY 7 MOSSE PER RENDERE VINCENTE IL TUO BUSINESS

Dall'autore del best seller "Abitudini da un milione di dollari",
le strategie ed i consigli pratici indispensabili per avere successo
nel mondo degli affari

HI-PERFORMANCE
Distributore in esclusiva Brian Tracy - Italia

- 
- E-book realizzato per gentile concessione di www.briantracy.com
 - Traduzione dall'inglese, adattamento e realizzazione grafica a cura di Stefania Baldassarri stefania.baldassarri@gmail.com
 - Hi-Performance è un marchio registrato Top Training s.a.s. - SEDE LEGALE: via Paolo Emilio, 7 – 00192 Roma
Tel. 06/36005152 - Fax 06/36000752 - E-mail:info@hiperformance.it - www.hiperformance.it
 - © Tutti i diritti dell'Autore riservati - Riproduzione vietata in qualsiasi forma.

Scopri come attrarre ricchezza e successo con il video di Brian Tracy.
Visita il sito www.hiperformance.it/briantracy

Le abitudini dei Top Manager

“L’impegno continuo, instancabile, la determinazione e la costanza sono le armi vincenti. Non vi è uomo che, possedendole, possa scoraggiarsi!”

James Whitcomb Riley

Tutto ciò che ci accade nella vita è frutto di probabilità. Virtualmente c’è sempre la probabilità che possa accaderti qualsiasi cosa. Esiste la probabilità che vivrai una vita lunga, felice, prospera e piena di salute. Esiste la probabilità che domani andrai a lavoro e tornerai a casa senza incidenti. Esperti in statistica riescono a determinare tutte queste probabilità con un’accuratezza davvero considerevole. Del resto, tutto il mondo delle polizze assicurative si basa proprio su questi numeri, come pure la finanza e gli investimenti.

In America, la maggior parte dei milionari che si sono fatti da soli sono imprenditori, executive o professionisti autonomi. Acquisendo consapevolezza, conoscenze pratiche e competenze nella gestione di un business di successo, di sicuro arrivi ad aumentare in modo esponenziale le probabilità di guadagnare molto, raggiungere una indipendenza finanziaria ottimale e diventare tu stesso un milionario.

Come per ogni altra cosa, tutte le competenze ed i comportamenti da mettere in atto per raggiungere questi obiettivi si possono apprendere, attraverso lo studio e la pratica. In questo capitolo imparerai quali sono le abitudini più importanti messe in atto in ogni campo dalle persone che hanno raggiunto le vette del successo. Quello che devi fare è semplicemente adottare queste abitudini e quindi applicarle ad ogni singola area del tuo business.

Lo scopo del Business

Qual è lo scopo di ogni impresa imprenditoriale? Alcune persone sono portate a rispondere “ quello di fare profitto”.

Peter Drucker, invece, dice che “*lo scopo di ogni business è quello di creare e mantenere un cliente*”. Qualsiasi sia il profitto, di certo è il risultato di un impegno volto a creare ed a mantenere nel tempo un certo numero di clienti, tale da poterli servire in modo redditizio.

L’abitudine più importante che puoi sviluppare per avere successo negli affari è quella di pensare in ogni momento ai tuoi clienti.

Devi orientarti al cliente, focalizzare intensamente la tua attenzione verso la tua clientela. Cerca di entrare nei loro stati d’animo, nel loro modo di pensare, fino ad arrivare a guardare le cose dal loro punto di vista. Mattina, pomeriggio, sera: sempre! In ogni area del tuo business devi sviluppare l’abitudine di porre il cliente al centro dei tuoi pensieri.

Lo scopo di qualsiasi attività imprenditoriale risiede nella soddisfazione del cliente. Il business può espandersi e crescere solo grazie al fatto che riesce a soddisfare i clienti meglio di quanto facciano i competitor. Viceversa, il business tende a contrarsi e a peggiorare quando non si soddisfano le richieste dei propri clienti, quando si disattendono le loro necessità relative a prodotti e servizi, rispetto al costo

che gli stessi clienti sono disposti a sostenere. Puoi essere certo di fare le cose nel modo giusto, se inizierai a porti una domanda tra le più importanti e cioè:

“Cosa, agli occhi del mio cliente, viene considerato considerato valore?”

Il Potere della Chiarezza

Con ogni probabilità nel campo degli affari e del successo personale una delle parole più determinanti è “**chiarezza**”.

Devi essere assolutamente chiaro su chi sei come persona, cosa stai cercando di fare o di raggiungere con il tuo impegno.



L'obiettivo è quello di sviluppare una attitudine mentale fatta di precisione, che ti porti a pensare e valutare con attenzione ad ogni dettaglio della tua vita professionale. Concediti il tempo necessario per raggiungere una chiarezza assoluta nelle diverse aree.

Inizia con il formulare la tua visione.

Qual è la tua visione per il tuo futuro imprenditoriale ideale?

Se potessi avere una bacchetta magica e

rendere perfetta la tua attività, in ogni suo dettaglio, quale aspetto avrebbe?

Nella Bibbia c'è scritto: “Dove non c'è visione, la gente soffre”. In termini di business, questo significa che dove manca una visione chiara, positiva,



motivante della professione, le persone perdono il proprio entusiasmo ed impegno, riuscendo soltanto a navigare a vista, un po' alla volta, senza poter contare su una vera prospettiva.

Così come per te e per la tua vita personale hai bisogno di una visione motivante ed ispiratrice, nel business è indispensabile avere una visione. Fa' che diventi per te una abitudine quella di definirla e chiarirla continuamente. Nel far questo, metti in pratica i principi della “visualizzazione”. Immagina di non avere alcun limite e di poter creare il tuo business esattamente come tu lo vuoi.



Pensa alle parole

Rifletti sulle parole che useresti per descrivere la tua attività, immaginando che sia perfetta in ogni suo aspetto.

Quali parole sceglieresti?

Quali sono i vocaboli che vorresti che i tuoi clienti usassero per descrivere la tua impresa ad altri potenziali clienti?

Se potessi essere tu a decidere le parole ideali da far pronunciare alla tua clientela, quali parole sceglieresti?

E quali espressioni vorresti usassero le persone dentro e fuori il tuo business per parlare della tua attività e per descriverla?

Per esempio: se ognuno intorno a te descrivesse il tuo business con le parole **“eccellenza, qualità, servizio clienti straordinario, elevata integrità, personale preparato, prodotti migliori, follow-up veloce ecc”**, tutto questo ti sarebbe di aiuto?

Se la risposta è sì, pensa al modo in cui poter organizzare il tuo business per far sì che queste siano concretamente le parole che le persone useranno in futuro, quando parleranno di te e della tua impresa.

Maggiore è la chiarezza che riesci ad avere circa questa descrizione ideale, più facile sarà per te lavorare ed intraprendere le azioni necessarie per trasformare queste parole in realtà.

Una Mission e una Misura

Cosa rappresenta il concetto di mission per il tuo business?

La mission è definita sempre dall’obiettivo che ti proponi di raggiungere con il tuo business, per i tuoi clienti.

Ogni mission racchiude in sé un parametro di misura, utile per riuscire a determinare se la missione stessa è stata portata a termine oppure no.

Ecco un esempio pratico: per molti anni la mission di AT&T è stata quella di “mettere il servizio telefonico alla portata di ogni Americano”. Ci sono voluti circa 100 anni affinché AT&T completasse la sua mission, un tempo molto lungo in effetti, durante il quale la mission non è comunque mai stata modificata.



Un'azienda potrebbe dire: *“La nostra mission è di fornire ai nostri clienti i prodotti migliori, supportati dal miglior servizio clienti del mercato e quindi, come risultato, raggiungere vendite e profitti pari al 15% di crescita annua”*.

Con una mission simile, pianificazione strategica, marketing e vendite, procedure e policies interne, sono tutte incentrate su un unico punto.

Questo - con maggiore probabilità - rende la mission attuabile.

Qual è la mission per il tuo business e per la tua clientela?

Perché fai quello che fai

Qual è lo scopo del tuo business?

La definizione di questo concetto ti aiuta a rispondere, in primo luogo, al perché del tuo impegno.

Perché sei entrato nel mondo degli affari?

Cosa ti spinge ad impegnarti e cosa vuoi raggiungere per i tuoi clienti?

Quali risultati vuoi ottenere?

Esistono aspetti della tua attività che sono volti a migliorare la vita dei tuoi clienti?

Perché scegli di fare le cose che fai?

Maggiore è la chiarezza con cui rispondi a queste domande, migliore è l'organizzazione e l'efficienza che riuscirai ad infondere a tutto il tuo business.

Porsi Mete e Obiettivi

Dopo aver fatto chiarezza circa la tua personale visione, missione e scopo, puoi passare alla definizione - in termini specifici, misurabili e quantificabili - degli obiettivi della tua impresa. Ovviamente sono obiettivi strettamente legati al tempo, per cui



puoi identificarli come breve, medio e lungo termine. E' il loro raggiungimento a determinare il successo della tua impresa.

Avere obiettivi è indispensabile: per esempio, fissare il volume delle vendite e stabilire il guadagno che vuoi trarne.

Hai bisogno di obiettivi per lo sviluppo e l'introduzione sul mercato di nuovi prodotti e servizi e per il potenziamento di quelli attualmente esistenti.

Avere obiettivi è indispensabile anche relativamente alle persone che vuoi attrarre all'interno della tua impresa, ed eventualmente assumere. Per i mercati che deciderai di approcciare, per i volumi di fatturato che intenderai sviluppare in quei mercati.

Allenando costantemente la tua abitudine alla chiarezza nei confronti dei tuoi obiettivi, riuscirai a dare a te stesso e ad ogni tuo collaboratore il giusto input, affinché persegua lui stesso, ogni giorno le giuste mete.

Per fortuna, nel business, ogni meta ed obiettivo può essere espressa in termini economici.

Qualsiasi cosa tu faccia, puoi creare e determinare dei parametri finanziari estremamente specifici che ti aiuteranno a capire se stai avendo successo. Potenzia l'abitudine a pensare in termini finanziari e impegnati ad analizzare le cose in termini di profitti netti.

Questa indicazione è valida per ogni fase del tuo business ed è il modo in cui le persone più di successo pensano la maggior parte del tempo.

Concentrati sul Marketing e le Vendite

Qualsiasi sia la tua attività imprenditoriale, dotarti di una organizzazione marketing è indispensabile.

Drucker dice che il ruolo del manager è di *innovare* e *commercializzare*, in quanto sono proprio queste le due attività principali che ci consentono di creare e mantenere la clientela, e dunque, in ultima analisi, di generare risultati finanziari.

E' abbastanza sorprendente che la maggioranza dei manager trascorra, invece, moltissimo del proprio tempo in attività che non contemplano né innovazione né marketing.

In uno studio, alla domanda "Quanto è importante il marketing nella sua azienda?", la maggior parte dei manager ha risposto "molto importante". Poi, però, ad una analisi dettagliata di come impiegavano il proprio tempo, è venuto fuori che solo l'11% della settimana lavorativa era in realtà dedicato al marketing.

Tutto il resto del tempo erano occupati in gestioni burocratiche, meeting, amministrazione e altre attività estranee al marketing vero e proprio.

E' fondamentale che tu sviluppi la capacità di pensare in termini di marketing e vendite. Cerca di pensare sempre ai tuoi clienti. Questo è valido



in ogni momento. Pensa alle cose che potresti fare, ogni giorno, per rendere i tuoi servizi ed i tuoi prodotti più attraenti agli occhi della tua clientela.

Quando offro la mia consulenza alle aziende, relativamente al loro marketing, incoraggio i manager a stabilire una mission fondamentale per le loro attività di vendita. Una delle mission più efficaci è la seguente:

“La nostra mission è di fare in modo che i nostri clienti preferiscano acquistare da noi piuttosto che dai competitor, quindi di motivarli di nuovo all’acquisto grazie all’elevato livello di soddisfazione verso i nostri prodotti e di far sì che parlino bene di noi ai loro amici, affinché diventino anche loro nostri clienti”.

Il Cliente è il Re

Nella società di oggi, l’acquirente è il Re, o la Regina.

E’ il cliente a decretare il nostro successo o fallimento. E’ lui a determinare il nostro livello di crescita o di declino. Per questo soddisfare il cliente deve essere il nostro obiettivo centrale, quello verso cui indirizzare tutta l’energia e concentrazione, non solo nostra, ma di ogni collaboratore.



Sam Walton, fondatore della Walmart, una volta ha detto: “Abbiamo un solo capo: il Cliente. E’ lui a poterci licenziare ogni volta che vuole. Come? Semplicemente andando a fare i suoi acquisti da un’altra parte!”.

I clienti, in fin dei conti, acquistano una sola cosa: il miglioramento.



