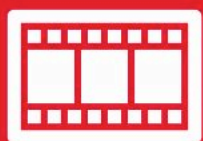


LORIS ZOPPELLETTO - DAVIDE COLONNELLO
IVAN MOCCHIO - LORENZO GIACOMINI

GENIUP!

CREA LA TUA ATTIVITÀ
IN 5 MOSSE



**VIDEO CORSO
GRATIS**

MANUALE OPERATIVO PER LA TUA STARTUP

Abbinato al sistema www.geniup.com

**Questo ebook è un estratto di alcuni capitoli del libro
Geniup! - Crea la tua attività in 5 mosse.**

In fondo all'ebook puoi trovare il sommario completo dei capitoli del libro

Puoi acquistare il libro a questo [link](#)

Introduzione

Di Loris Zoppelletto

Non sono le idee che mancano alle persone. Nella nostra attività di formatori, lo abbiamo verificato più e più volte. Quando ci capita di parlare alle platee numerose dei nostri corsi, a volte facciamo la domanda faticosa: “Qualcuno di voi ha un’idea di business che vorrebbe realizzare?”. È incredibile la quantità di mani che si alza di scatto. Quasi tutti sono bramosi di raccontarci la loro idea rivoluzionaria, o magari neanche tanto rivoluzionaria, per un nuovo tipo di business da lanciare. Forse è perché siamo in Italia, ma di sicuro le idee non mancano. L’entusiasmo cala di diverse tacche quando poniamo la seconda domanda faticosa: “Chi di voi sta realizzando la sua idea?” È evidente dall’esiguo numero di persone che rispondono che solo pochi sono in grado di passare all’azione. Secondo noi, le cause sono da ricercare nella mancanza di conoscenza sul come fare le cose.

Forse avrai sentito anche tu parlare delle statistiche sulla percentuale di aziende che chiude i battenti dopo breve tempo dalla sua nascita. I mercanti di sventura vanno in giro dicendo che il novantacinque per cento delle aziende chiude entro cinque anni dalla sua fondazione. Pur non contestando questa statistica, che può anche essere corretta, mi permetto di dire che ho visto che le ragioni di tanti fallimenti sono da ricercare in errori estremamente gravi e grossolani che i fondatori commettono fin dal concepimento della loro idea di business.

Quando le cose vanno male, è facile trovare cause esterne che giustifichino il fallimento dell’impresa: la concorrenza, la crisi, la sfortuna. Dopotutto il mestiere d’imprenditore è rischioso.

Quando non conosciamo qualcosa del mondo che ci circonda, esiste la tendenza a diventare superstiziosi riguardo a quel soggetto. Temendo di essere colpiti da un fulmine, le antiche popolazioni offrivano sacrifici al dio della tempesta, credo con ben pochi risultati. Ora, avendo scoperto qualcosa sull'elettricità, cerchiamo invece di procurarci un parafulmine di buona qualità per evitare brutte sorprese.

Nel mondo degli affari si rischia di ricorrere allo stesso meccanismo interno quando la mancanza di metodo ci spinge ad accettare che il novantacinque per cento delle aziende chiude i battenti entro cinque anni dalla partenza. Le constatazioni che ci sono la crisi, la concorrenza sleale o un governo non all'altezza, sono fattori paragonabili al dio della tempesta, quanto a efficacia. Pensare che siano quelle le vere cause delle nostre difficoltà, non porta a nessun miglioramento della situazione. Usando una logica molto pratica, dobbiamo quindi dedurre che non siano quelle le vere cause.

Le competenze che noi, gli ideatori del metodo di formazione cui il libro appartiene, abbiamo accumulato nel corso delle nostre esperienze individuali d'imprenditori, si sono espresse al meglio quando ci siamo incontrati e abbiamo creato, nel momento economico forse più sfavorevole degli ultimi trent'anni, un gruppo di aziende, marchi e sistemi di successo. L'unione delle nostre conoscenze in campo imprenditoriale e nella formazione didattica, ci ha spinto a creare il gioco da tavolo "**StartUp!**® - il gioco per diventare imprenditore". Questa iniziativa è stata notata da diversi istituti e associazioni di categoria ed è poi sfociata nella produzione di questo libro e del sistema di corsi online, denominato **GeniUp**®, il primo sistema in Italia di formazione online nel campo dell'imprenditoria (Vedi Figura 0-1).

A chi si rivolge questo libro

Chiunque abbia un'idea di business, sia si tratti di un'attività già avviata, sia si tratti di un proposito non ancora realizzato, troverà interessante leggere questo libro. Chi in questo momento è restio nell'entrare a far parte del mondo del business, probabilmente troverà conferma di alcuni suoi timori nell'iniziare un'attività ma sicuramente avrà le idee più chiare di cosa può fare per mollare gli ormeggi.

Chi ha già la sua attività potrebbe essere sorpreso di quante cose sta già facendo in modo corretto e al contempo troverà dei principi che lo ispireranno nelle mosse successive che andrà a intraprendere.

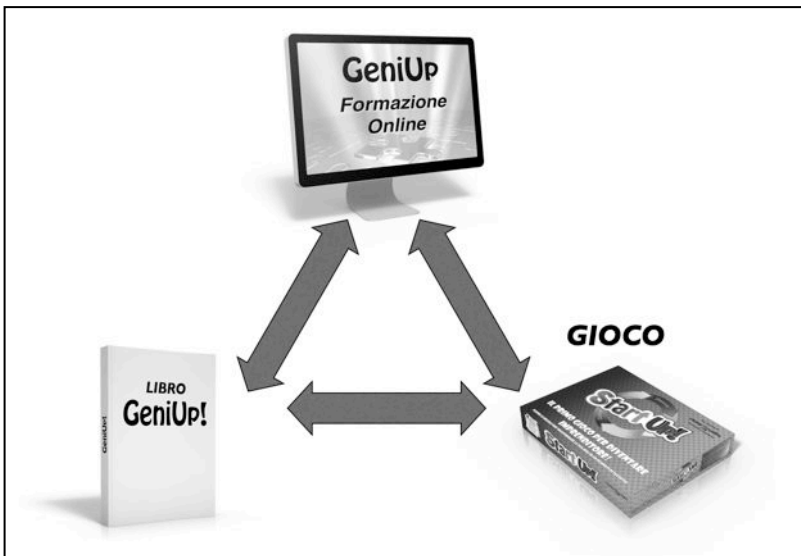


Figura 0-1 Il Sistema di apprendimento abbinato al libro, include il gioco da tavolo **StartUp!®** e il Corso Online GeniUp.

Di solito i migliori giocatori del gioco da tavolo **StartUp!®** sono proprio gli imprenditori e proprio loro sono quelli che hanno le realizzazioni più grandi mentre giocano, perché il gioco ricorda

loro l'obiettivo finale di creare un sistema automatico, cioè un business avviato che funzioni bene anche senza il loro intervento.

Quindi non importa a che punto del percorso di creazione di un business tu sia in questo momento: siamo sicuri che troverai questo approccio interessante, soprattutto perché sarà possibile approfondirlo con gli altri strumenti del sistema: il gioco e il corso.

Come usare questo libro

Questo libro è di per sé un corso e rappresenta un percorso ben definito per iniziare, portare avanti o migliorare un'attività imprenditoriale. La parte iniziale è più discorsiva e diventerà gradualmente sempre più pratica, quindi porta un po' di pazienza se t'interessano soprattutto le cose pratiche. Può certamente essere letto come un libro qualsiasi che parla delle startup ma lo sforzo degli autori è stato fin dall'inizio quello di sistematizzare un percorso di apprendimento per illustrare i principi che costituiscono, tra le altre cose, le regole del gioco **StartUp!®**.

Queste regole spingono implicitamente i giocatori ad adottare i principi base per la creazione di un'azienda. Possiamo elencare per sommi capi alcuni di questi principi:

- stabilire una meta e una strategia a lungo termine;
- organizzare i compiti in modo preciso;
- creare un squadra;
- usare le 5 leve del business;
- trovare il giusto modo di avere credito;
- gestire il cashflow;
- automatizzare il proprio business;
- ecc.

Nel gioco c'è ovviamente di più, ma in questo libro troverai un insieme di dati ancora più ricco e accuratamente selezionato che potrai applicare immediatamente.

Consiglio a chiunque di giocare qualche volta al gioco **StartUp!®** perché il fatto di mettere in pratica i dati è decine di volte più efficace, come metodo di apprendimento, di qualsiasi altra forma d'istruzione.

Probabilmente avrai sentito parlare del “cono dell'apprendimento”. Si tratta di una rappresentazione grafica di uno studio fatto su numerose persone che paragona diversi tipi di metodi educativi tra loro. Lo studio ha rilevato che dopo due settimane dalla lettura di un materiale scritto, solo il dieci per cento delle informazioni viene ricordato dai partecipanti. Diversamente, quando a queste persone veniva fatta fare una pratica simulata usando i dati, la percentuale di informazioni che sono in grado di ricordare sale a un valore tra il settanta e il novanta (Vedi Figura 0-2.)

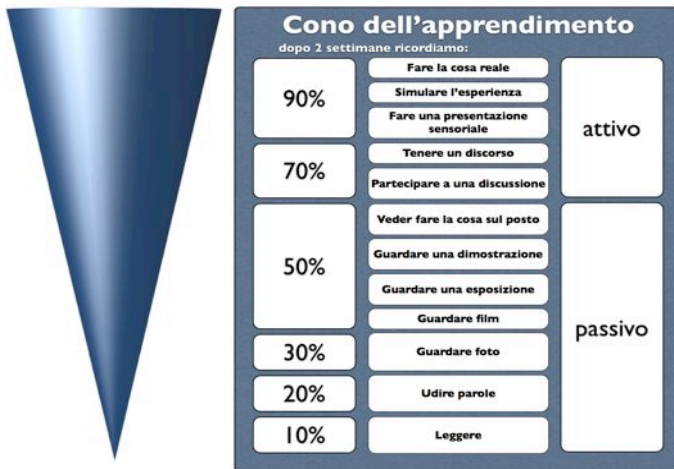


Figura 0-2 Cono dell'apprendimento.

Per questo motivo, consiglio a chiunque abbia a che fare con il mondo dell'imprenditoria in una qualsiasi forma, di giocare più volte possibili al gioco **StartUp!®** e di eseguire gli esercizi pratici che abbiamo inserito alla fine di ogni capitolo e nella pagina del sito riservato ai lettori a questo indirizzo:

www.geniup.com/book

Giocare al gioco è un'esperienza divertente e al contempo istruttiva che ha sempre suscitato l'entusiasmo di tutti quelli che l'hanno provata. Abbiamo ricevuto numerosissimi feedback di giocatori dai dieci anni di età in su, che raccontano di come abbiano imparato molte cose giocandoci un paio d'ore con la famiglia e gli amici.

Molte persone ci hanno comunicato la loro esperienza di gioco e sappiamo di ragazzini preadolescenti che costringono la famiglia a fare lunghe "serate Startup" perché hanno deciso di diventare imprenditori, persone che lavorano come dipendenti che ci spiegano di aver capito che il fatto di creare impresa ha molte sfaccettature che non sospettavano esistessero, neo imprenditori che ci dicono di aver trovato mille spunti interessanti per le loro attività e uomini d'affari navigati che si complimentano con noi per l'iniziativa di diffondere queste nozioni su larga scala e in modo divertente oltre che preciso.

In tutto il territorio italiano stanno nascendo spontaneamente dei gruppi che si riuniscono periodicamente solo per giocare al gioco. Inutile dire di come la cosa ci riempia di soddisfazione e di come incontri il nostro appoggio.

L'anno scorso una scuola di Vicenza, su richiesta di Confindustria, ci ha chiesto di far giocare a **StartUp!®** alcune classi di un istituto superiore. Anche in quel caso i feedback sono stati entusiastici e numerosi altri educatori e consulenti

aziendali hanno chiesto di poter usare il metodo formativo con i loro gruppi e clienti.

Il nostro scopo a lungo termine è di diffondere la cultura imprenditoriale su vasta scala e se questo comportasse un aumento del numero di aziende che superano indenni il fatidico limite dei cinque anni, ci sentiremmo di aver raggiunto l'obiettivo prefissato.

Non siamo gli unici a pensare che le startup siano la soluzione ai problemi dell'occupazione, agli effetti delle recessioni economiche che si presentano ciclicamente e alla crescita del prestigio della creatività e l'intraprendenza italiana.

Creare aziende è una delle attività più creative e interessanti che ci siano e promuove gli scambi tra le persone in moltissimi modi differenti, contribuendo allo sviluppo della civiltà umana.

Ci auguriamo che quello che abbiamo realizzato ti possa essere d'aiuto e, perché no, ti faccia divertire a giocare il gioco della vita.

1. La tua Strategia

Di Loris Zoppelletto

Chi è l'imprenditore?

La parola "imprenditore", per qualche motivo a me sconosciuto, è diventata una delle più mal comprese nella lingua italiana. Prima di discutere di cosa sia un imprenditore, vorrei spendere qualche parola su cosa non è un imprenditore.

Prima di tutto un imprenditore non è per forza qualcuno che ha una fabbrica con cento operai. È piuttosto una persona che ha accettato un rischio e crede in un'opportunità per se stesso e per gli altri. L'entità del suo affare potrebbe essere grande oppure piccola.

Un imprenditore non è un capitalista. Non faccio discussioni ideologiche o pseudo politiche ma solo un buon uso del dizionario della lingua corrente, poiché sappiamo che le parole mal capite ci rendono stupidi sul soggetto cui si riferiscono. Un capitalista è chi cerca di guadagnare sugli interessi di un prestito per un capitale in suo possesso o sul quale ha controllo, senza dare altro contributo. Un imprenditore può talvolta usare del capitale per realizzare il suo prodotto o servizio ma non è una caratteristica necessaria. Noi di Classe Quattro siamo un esempio lampante di questo, dato che negli ultimi anni abbiamo realizzato tutte attività con capitale iniziale praticamente nullo. Può anche darsi che un imprenditore accumuli delle risorse e le trasformi in una rendita da capitale, col passare del tempo. Quest'attività di differenziazione ha un senso per la sua protezione ma d'altro canto sta togliendo risorse all'attività imprenditoriale per fornirle a un rendita da capitale. È quindi chiaro che chi

identifica con la parola “capitalista” la persona che vuole lavorare per produrre un nuovo prodotto o servizio, sta facendo una scorretta identificazione.

Un'altra cosa che molti pensano erroneamente è che l'imprenditore sia colui che ha avuto l'idea del secolo. Qualcuno ha inventato quella tale sostanza chimica e poiché era una cosa veramente rivoluzionaria, ne è nata un'azienda coi fiocchi. Un inventore ha creato un modo pratico di produrre lampadine elettriche e una grande azienda si è sviluppata da questo. All'apparenza le cose funzionano così ma la realtà è che “l'idea del secolo” è una cosa abbastanza diversa dal fare azienda. Molto spesso, un'azienda florida nasce senza che ci siano idee fantastiche dietro di essa. Altre volte, al contrario, idee fantastiche non diventano per niente un'azienda e sono perfino sprecate.

Anche la parola “fortuna” trae in inganno la maggior parte delle persone che pensano all'imprenditoria. Molto spesso di sente parlare del colpo di fortuna che un imprenditore ha avuto e di come questo abbia determinato un grande successo della sua attività. Dopo decenni di osservazione personale posso dire che la componente “fortuna”, sul lungo periodo, non ha assolutamente nessuna importanza per determinare se un imprenditore avrà successo o meno. Mille volte sono andato a esaminare il motivo di tanto successo di qualche conoscente o amico che ha creato un business. A una prima osservazione superficiale pensavo di osservare dei colpi di fortuna. Per esempio ricordo una persona che ho conosciuto. Costui aveva comprato un'area edificabile, costruito degli appartamenti ottenendo i permessi per farlo e, poco dopo, una grossa multinazionale ha trasferito il suo quartier generale proprio lì vicino, rendendo il suo complesso abitativo molto redditizio come area residenziale per dipendenti e dirigenti. Quest'avvenimento ha tutte le caratteristiche del colpo di

fortuna, dato che nessuno aveva la sfera di cristallo per prevedere quel trasferimento improvviso. Il fatto è che è successo proprio così. Le cose gli sono andate estremamente bene e il successo non era prevedibile a tavolino. Ma quando approfondii la storia di questa persona, scoprii che per altre cinque, volte prima di questo evento, le cose gli erano andate ben diversamente: una palazzina che sembrava ben costruita, ha rivelato dopo la costruzione un terreno più cedevole di quanto fosse prevedibile. È quasi fallito nel tentativo di rientrare del debito. In un altro caso la banca gli aveva negato i finanziamenti per la seconda parte di un lavoro e la sua impresa era stata a un passo dalla chiusura. Un'altra volta, una legge era cambiata mentre stava ottenendo i permessi e si era trovato incastrato in un progetto che non poteva proseguire senza gravi perdite.

La fortuna non esiste negli affari. Dovete mettere in conto che ci saranno colpi di fortuna e momenti difficili e che dovrete persistere nonostante tutto, diventando più bravi in tutto quello che fate.

“Un imprenditore è colui che baratta un rischio in cambio di un’opportunità di guadagno.”

Chi è quindi un imprenditore, realmente? Un imprenditore è colui che produce qualcosa che gli altri comperanno dandogli per questo uno scambio. È una persona che baratta un’opportunità di guadagno con un rischio. È qualcuno che ha deciso di essere causa sul suo lavoro e quindi l’ha creato, invece di associarsi alla creazione di qualcun altro, come fa un dipendente. Non è necessariamente migliore o peggiore di altri che non sono imprenditori, ma una cosa in più la possiede: è stato capace di mettersi in gioco e, come si suol dire, chi non

risica non rosica. Vedremo molte cose su come si fa un business ma la prima di tutte è che uno dei motivi per cui un essere si allontana da qualcosa è che non lo comprende bene. Il diventare imprenditore è qualcosa che può essere imparato, anche se non necessariamente a scuola.

Facciamo il primo di tanti esercizi che vi proporremo nel libro. Rispondete alla domanda: “In una scala da uno a dieci, quanto sentite di somigliare al tipo d’imprenditore descritto appena sopra, in termini di persistenza davanti alla cattiva sorte?”. Qualunque sia la vostra risposta, sarà interessante notare quanto sarà diversa dopo che avrete letto tutto il libro.

Qual è la qualità più importante?

Ricordo benissimo un pomeriggio della mia adolescenza passato a discutere con un mio amico, anch'egli figlio di un industriale, su quale fosse la vera caratteristica distintiva di un imprenditore. Passavamo al vaglio cosa avessero in comune i nostri padri e gli altri imprenditori da noi conosciuti, per cercare di capirne il denominatore comune, il *trait d'union*, il vero segreto di chi è capace di creare business e lavoro. È stata una conversazione molto stimolante, tanto che ricordo ancora distintamente tutto quello che abbiamo concluso.

È forse l'intelligenza, la caratteristica comune a tutti gli imprenditori? Questa è una delle prime domande che ci siamo fatti. In effetti, ho visto persone molto brillanti nel settore del business. Ho presente mio padre, che aveva fatto solo la quinta elementare, discutere con commercialisti che usavano paroloni altisonanti che avrebbero ammazzato un toro. Rammento un episodio in cui questo professionista aveva elencato una serie di motivi per cui una certa cosa non si poteva fare (un tratto comune dei professionisti è di dire che non si può fare). Aveva impiegato più di un'ora a sciorinare le sue spiegazioni, con tanto di citazioni in latino e sorrisi di autocompiacimento, al punto che io giacevo agonizzante sulla mia sedia sentendomi senza speranza di arrivare a una soluzione del problema. A un certo momento mio padre, che fino a un minuto prima pensavo fosse nelle mie stesse condizioni mentali, se ne uscì con una frase secca del tipo: "allora perché non facciamo così e cosà?". Il sorriso di autocompiacimento scomparso in fretta dal viso del professionista, solo per aver sentito quella frase. Lui che ci lavorava da mesi non era stato capace di vedere quello che mio padre, nella semplicità di chi vuole risolvere le cose, aveva visto in un colpo d'occhio.

Questo esempio voleva solo illustrare un esempio d'intelligenza non legata alla cultura o all'addestramento scolastico ma in realtà per ogni imprenditore che io abbia visto essere particolarmente sveglio o capace nei calcoli, ne ho conosciuto almeno un altro che invece era veramente lento nel ragionare. In questa categoria di persone ho scovato svariati Forrest Gump che avevano tanta buona volontà ma un intelletto decisamente poco acuto. Non è quindi quella la qualità più importante nel business, anche se tutte le abilità possono far comodo.

Potrebbe essere la cultura, il denominatore comune degli imprenditori di successo? Niente di più assurdo! Sinceramente ho quasi il dubbio che avere titoli di studio sia una disqualifica per diventare un buon imprenditore. Qualcuno potrebbe pensare erroneamente che il fatto di essere addestrato nella parte più complessa della gestione aziendale, finanziaria o societaria consenta di avere performance maggiori ma le cose non stanno affatto così per diversi motivi. Prima di tutto l'addestramento scolastico è costruito per creare dei buoni dipendenti fin dall'inizio. Un laureato alla Bocconi è qualcuno che ha ricevuto un addestramento per diventare manager, non per fare l'imprenditore. C'è una differenza enorme tra le due cose. Oltre a questo poi c'è il fatto del cattivo addestramento. I metodi che vengono insegnati nelle scuole potrebbero essere anche validi (o potrebbero anche essere farciti di informazioni scorrette e inutilizzabili) ma di sicuro non sono completi. Se da un lato sono spiegate esattamente e nei dettagli le leggi e la loro applicazione a un bilancio, dall'altro vengono tralasciate informazioni vitali su come scegliere i collaboratori, come scegliere i parametri da monitorare per garantire un business vitale, quali sono gli step giusti per iniziare in piccolo ed espandersi. Di sicuro la cultura non è il denominatore comune

degli imprenditori. L'osservazione d'innumerabili uomini di successo te lo confermerà.

Forse la cosa che hanno in comune gli imprenditori è la capacità di lavorare molte ore? C'è del vero nel fatto che lavorare in proprio richiede inizialmente un impegno senza riserve ma anche in questo caso le eccezioni sono numerose e sostanzialmente non è in questo che consiste la cosa che tutti hanno in comune. Anzi, una delle cose che un vero imprenditore fa meglio è quella di usare il lavoro degli altri. Questa è una delle leve più potenti per creare business di successo. Probabilmente attraverserai una prima fase in cui mentre sviluppi il lavoro cerchi collaboratori da mettere sul posto, per arrivare a una fase in cui passi tutto il lavoro ad altri. Giunto a quel punto sarai tu a fare una scelta. Gente come me userà tutto quel tempo in più per creare cose nuove, altre persone potranno dedicarsi ad altro che vogliono fare. In ogni caso anche questa caratteristica non va bene per definire un imprenditore. Non tutti sono degli stacanovisti e non è nemmeno necessario. Allora qual è la cosa che hanno veramente tutti i creatori di business? Mi permetto di dire la mia, solo perché questa informazione l'ho osservata su di me e sugli altri troppe volte perché si tratti di banale coincidenza. Probabilmente, al di sotto di quest'affermazione ci sono approfondimenti filosofici degni di un libro scritto appositamente, ma non è questo il libro che deve occuparsi di cose del genere.

Quella che ho visto essere la caratteristica che hanno tutti gli imprenditori di successo è la persistenza. Una caparbia, tenace e a volte illogica volontà di continuare quello che si sta facendo fino al risultato finale. Questa è persistenza: la qualità più preziosa di un imprenditore.

Ragionando in questi termini, il fallimento non esiste. Esiste solo il momento in cui hai smesso di persistere. Per qualcuno questo momento avviene pochi secondi dopo aver avuto l'opportunità di creare un proprio business. Altri si fermano al primo ostacolo.

Alcuni dopo un anno. Non ce la fanno più, hanno un problema personale, c'è la crisi ecc. Questo tempo è la misura della loro persistenza e in tutti i casi citati si tratta di una persistenza insufficiente. Esistono poi degli esseri differenti perché non mollano mai, e quella è il grado di persistenza sufficiente per avere successo negli affari. In termini di business si deve essere disposti a tutto perché quando si comincia un'attività da zero, si attraversano inevitabilmente delle fasi in cui essa è in pericolo e se non si sa come superare queste fasi, la probabilità di naufragio è grande. Cito sempre mio padre poiché è stato un esempio a me molto vicino. Ha iniziato nel garage di casa con un piccolo tornio meccanico a produrre stampi in acciaio per poi espandersi in un piccolo capannone con quindici operari. In quell'anno si è visto portare via tutto dall'alluvione del 1966 che ha sommerso l'area. In seguito, ha rischiato di perdere tutto non meno di due volte quando i suoi clienti più grossi sono falliti dall'oggi al domani con l'arrivo della crisi del 1973. Non ha rinunciato e non si è ridotto di dimensioni. Persistenza!

“Una caparbia, tenace e a volte illogica volontà di continuare fino al risultato finale. Questa è la qualità più preziosa di un imprenditore.”

Esempi più illustri possono essere trovati in Steve Jobs che dopo aver fondato Apple Computer si è visto portare via la direzione dell'azienda dagli azionisti. Svatiati anni dopo

dichiarò in una intervista che quella fu la cosa migliore che gli fosse mai capitata, perché gli diede una forte spinta a ripartire daccapo con altri progetti (cosa che in effetti fece, prima di essere chiamato di nuovo in Apple). Persistenza!

Un grosso imprenditore nel campo del riscaldamento che ho avuto la fortuna di conoscere tramite mio padre e di cui preferisco non fare il nome, negli anni ottanta ha fatto una fortuna con un prodotto pubblicizzato in TV. Chi conosce la sua storia sa che ha chiuso lo stabilimento quattro volte prima di avere l'idea che lo ha reso ricco sfondato. Persistenza!

Le persone che persistono possono farlo con stile e sicurezza, possono manifestare nel frattempo emozioni terribili oppure essere sempre arrabbiate. Non ha molta importanza con che emozione affrontino gli ostacoli che gli si parano davanti, la cosa importante è che costoro sono disposti a superarli a dispetto di tutto. La categoria di persone che mi lasciano più perplesso in fatto di persistenza sono le persone che non percepiscono affatto gli ostacoli. Non sto parlando di ottimismo, cosa che certamente aiuta molte persone a persistere, ma di vera e propria cecità nei confronti delle barriere, ostacoli e difficoltà. È ovvio che gente come questa rasenta il limite del pericoloso, per il fatto di non vedere la strada dove stanno andando. La cosa terribile però è che, per quanto pericolose e poco efficienti nel loro lavoro siano, queste persone sono di gran lunga migliori di quelle persone inattive che hanno mancato del coraggio necessario anche solo per partire.

Probabilmente quello che un essere umano sta facendo veramente nella vita è di trasporre nell'universo fisico quello che c'è solo nell'universo delle sue idee. Il fatto di non accettare il flusso inverso, con il quale l'universo fisico, con le sue difficoltà e barriere, fa cambiare le nostre idee, è una

caratteristica molto utile per chi vuole creare un business. Il motto è quindi: *“testa sulle nuvole e piedi ben saldi a terra!”*.

Cambiare il mondo con le idee

Forse sarà già trasparito da queste poche pagine, la mia ammirazione e il mio rispetto per quei rari esseri che hanno il coraggio di uscire dal luogo comune e lanciarsi in avventure nuove che includono pensanti dosi d'ignoto. Ci sono tanti tipi di persone capaci di fare questo e sono tutti spiriti particolari e rari. Ci sono per esempio gli esploratori, i riformatori, gli inventori, gli artisti e anche... gli imprenditori. Tutti questi individui sono quelli che possono cambiare il mondo introducendovi le loro idee innovative e convincendo gli altri di quello che prima non c'era. Non ci sono solo grandi personaggi della storia umana in questo elenco d'innovatori. Molte persone comuni e per nulla famose sono alla continua ricerca di migliorare un dispositivo, un processo produttivo, un prodotto. Alcuni sono sempre lì a chiedersi come potrebbero comunicare meglio quella tal cosa, che considerano importante, in modo da farla sapere a tutti. Mi ricordo di una volta, da ragazzino, mentre ero in vacanza con la mia famiglia. Vedevo mio padre armeggiare con una moka da caffè appena dopo aver finito di mangiare. La girava sottosopra, si metteva gli occhiali per vederne i dettagli, la smontava e la rimontava più volte. Dopo qualche minuto, incuriosito anch'io da questa moka che fino a quel momento non avevo neanche notato, gli chiesi cosa stesse facendo. Mi spiegò che stava cercando di capire com'era stata costruita la valvola di sfiato in ottone, perché secondo lui si poteva costruire molto meglio di così, in modo che non potesse mai guastarsi. Tornai immediatamente a giocare con le mie automobiline, poiché i miei numerosi interessi non includevano a quel tempo le moka per il caffè. Ricordo però quell'episodio come fosse oggi, perché leggevo nei suoi occhi il fuoco dell'interesse e della passione per la

meccanica, la cosa che determinò la sua fortuna come uomo e come imprenditore negli anni a venire.

Se stai leggendo questo libro, sono quasi sicuro che anche tu vivi momenti come questi. Magari hai una passione per i motori o per l'elettronica. Può darsi che tu sia uno di quei tipi portati per raccogliere tanta gente, pieno di amici e contatti, cui viene naturale radunare un gruppo di cento persone per una manifestazione con sole cinque telefonate. Magari invece sei portato per raccogliere tante informazioni e spiegarle agli altri e la cosa ti riesce così bene che quando c'è qualcosa da capire, chiamano sempre te per risolvere le cose complicate. Di sicuro hai anche tu delle abilità che possono creare cose utili per gli altri. Questo è un passo importante per la creazione di un business di successo. Ti faccio esempi di persone che hanno trasformato la loro passione in un business di successo. Sono sicuro che ti saranno d'ispirazione come lo sono stati per me. Ciascuno segue un modello specifico che potrebbe ispirarti.

Dare conoscenza, informazione, istruzione

Clio è una ragazza che ha la passione per il trucco e comincia a girare dei piccoli video che mette su youtube per spiegare alle coetanee come farsi più carine con rossetto, ombretto e quant'altro. Iniziato per gioco, questo canale youtube attira una grande quantità di visualizzazioni e diventa un vero e proprio canale di vendita online di trucchi per make up in drop shipping (ovvero una vendita sul sito che manda direttamente l'ordine all'effettivo al produttore. In questo modo il gestore del sito non dovrà fare magazzino né occuparsi delle spedizioni e riceverà una commissione dal produttore). Le persone che guardano il suo canale e comprano online articoli di make up, ricevono a casa il materiale e lei intasca ad ogni click una commissione. Non male! Se Clio si fosse detta che "tanto è poco importante", che "è solo un gioco" e che "è meglio tenere

questa cosa a un livello basso”, non ci sarebbero state le vendite che ci sono state, lei non avrebbe potuto fare il lavoro che la appassiona così tanto e io non avrei avuto una bella storia da riportare per scrivere questo libro. Cosa più importante: molta gente non sarebbe stata ispirata dall’esempio di questa ragazza e non avrebbe avuto la dimostrazione vivente che una come noi può farcela ad essere causa sul proprio lavoro.

Una cosa vecchia fatta in modo nuovo:

Come approfondiremo più e più volte in questo libro, una delle chiavi del successo per un business è di fare una cosa completamente nuova creando una nuova categoria merceologica, piuttosto che mettersi a gareggiare per fare una cosa che altri stanno già facendo e hanno iniziato prima. Questo concetto viene espresso in lungo e in largo nel libro “Oceano Blu” che ti consiglio vivamente di leggere. Nell’esempio che faccio ora però, vorrei farti notare che potresti fare una cosa che molti fanno già ma differenziandoti in modo assolutamente nuovo. Quanti sono i produttori di attrezzatura per palestre? Moltissimi. Se tu facessi delle attrezzature simili, ma ti concentrassi solo sulla vendita online, avresti creato una nuova categoria, perché prima non veniva mai venduto attraverso quel canale. Avresti delle economie commerciali che ti darebbero un vantaggio competitivo, saresti più facile da trovare online ecc. Non è necessario avere un prodotto inedito o un servizio rivoluzionario per avere successo nel business. Prova a inventare un nuovo modo di proporre qualcosa già esistente.

Mettere insieme domanda e offerta

Un esempio su tutti è Freelancer.com. Quel sito è stato aperto da gente come noi che aveva notato una cosa: c’erano molte persone negli USA interessate a trovare chi potesse fare dei

lavori economici web based, come costruire un sito, tradurre manuali e cose del genere. Dall'altra parte del pianeta, Cina e India in particolar modo, c'erano numerose persone capaci di fare questo lavoro ma difficilmente un americano si sarebbe fidato di mandare del denaro in anticipo a qualcuno dall'altra parte del mondo senza garanzia di consegna del prodotto richiesto. Parallelamente un cinese o un indiano avrebbero accettato malvolentieri di mandare oltre oceano un lavoro completo senza garanzia di essere poi pagati. Freelancer.com ha risolto elegantemente il problema fungendo da intermediario per queste transazioni. Quando noi abbiamo bisogno per le nostre aziende di un lavoro di questo genere (tipicamente facciamo sviluppare delle piccole App da inserire nei siti web), piazziamo una richiesta sul portale di Freelancer.com e nel giro di poche ore riceviamo una mezza dozzina di offerte con vari prezzi da diverse persone. Di queste persone possiamo visualizzare il portfolio per renderci conto di quanto abili siano stati a realizzare cose simili, il rating dato da clienti precedenti, quanti lavori hanno già negoziato con successo attraverso il sito e alla fine accettiamo il prezzo fornito dal freelance scelto. Paghiamo subito a Freelancer.com l'importo dovuto e solo quando saremo soddisfatti dei lavori conclusi, loro sbloccheranno tale pagamento a chi ha fatto il lavoro, trattenendo un 15% di commissione per il disturbo.

Perché non ci possono essere fregature? Perché internet è interattiva e Freelancer.com fa uso del rating. Un compratore o offerente può fare il furbo una volta sola, dopodiché sarà bollato come inaffidabile dalla comunità che si è creata e non lavorerà mai più con questo strumento. Forse può sembrarti un'idea piuttosto semplice da realizzare ed è assolutamente vero. Chi ci ha pensato per primo e ha fatto questo sito ha realizzato una fortuna. A oggi, su questo sito sono transitate

offerte per più di un miliardo di dollari. Fate i vostri conti su che potenziale di guadagno ha un business del genere!

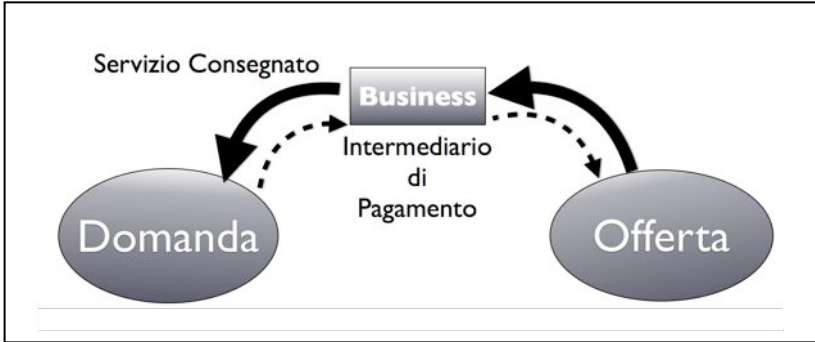


Figura 1-1 Un modello di business è quello di creare un modo per far incontrare una domanda con un'offerta, facendo da intermediario. Su internet questo può assumere forme nuove e inedite.

Gli esempi d'idee brillanti che si trasformano in business sono veramente tanti e se solo dedicherai un po' della tua osservazione a notare questo, sono sicuro che scoprirai quanto il mondo ne sia pieno. La cosa più importante però è che tu ti renda conto che non ci sono solo le "idee del secolo". Spesso i migliori business scaturiscono da piccoli aggiustamenti di cose semplici già esistenti.

Ti pagano per darti ciò che ti serve

Hai letto bene. Non si tratta di farsi pagare in cambio di un servizio ma di farsi pagare per ricevere qualcosa e rivenderla facendosi pagare ulteriormente. Un esempio vale più di mille parole: un imprenditore ha ottenuto un contratto per fornire i captcha su un sito bancario per migliorare la sicurezza sulle transazioni finanziarie. Per chi non lo sa, i captcha sono quelle parole scritte male e con caratteri strani che compaiono nei siti ad alto livello di sicurezza che ti chiedono di trascrivere in un campo vuoto. Serve per assicurarsi che sia proprio un essere

umano a fare quell'accesso e non un programma automatico che tenta di violare il sistema. Costui doveva quindi creare quei captcha, visualizzarli e far sì che l'utente li ricopiasse in un apposito campo del sito.

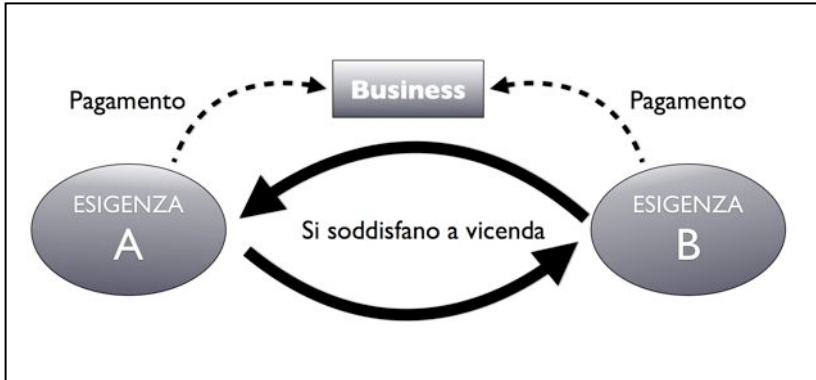


Figura 1-2 Riuscire a farsi pagare per un servizio che serve a te, può rappresentare la nascita di un ottimo business.

Contemporaneamente, questo signore si è fatto assegnare l'appalto per correggere le scansioni di documenti cartacei che le grosse industrie stanno convertendo in formato digitale, facendo riconoscere i caratteri da software che si chiamano OCR. Così facendo, queste industrie, convertiranno le fatture di carta in veri e propri dati inseriti nei loro computer. Il problema è che talvolta il riconoscimento dei caratteri non va a buon fine, perché i software sono piuttosto limitati in questo, rispetto all'occhio umano. Ecco che lui si fa pagare per correggere quelle scansioni che i software OCR non sono capaci di comprendere.

Dove sta il business? Sta nel fatto che costui ha disposto le cose in maniera tale che quelle parole difficilmente comprensibili siano aggiunte in coda ai captcha da un software e, pertanto

tutte le persone che in ogni parte del mondo che effettuano l'accesso ai sistemi ad alta sicurezza, correggono tali scansioni. Così facendo lui intasca un compenso sia da una parte sia dall'altra e fa svolgere a una delle parti il lavoro richiesto dall'altra.

Magari l'esempio ti ha confuso per la natura estremamente tecnologica del business ma ci sono esempi più semplici. Tempo fa un consulente mio amico mi ha detto di aver accettato di insegnare fiscalità a un corso di business aperto a imprenditori perché, così facendo, si promuoveva come consulente agli stessi frequentatori. In un certo senso è stato pagato per promuoversi, invece di pagare per lo stesso risultato.

Sforzati di pensare a come puoi farti pagare per ottenere qualcosa che serve a te. Potrebbe essere l'inizio di una carriera promettente.

Che ti piaccia o no, avrai a che fare con internet

Il mondo degli affari è talmente pervaso da internet che in questo periodo la parola stessa "Startup", ha assunto il significato di "internet business" e si presume quindi che ciascuna startup sia un'attività prettamente tecnologica che fa uso di internet, mobile, geolocalizzazione, telefonia, piattaforme multimediali. Le cose non stanno per forza così. La tua startup potrebbe essere un business completamente diverso da questo ma c'è una cosa che dovrai tenere a mente per forza: il tuo business dovrà fare uso di internet, sia che sia un business online sia che sia un business locale. Per prima cosa devi decidere se per la tua attività, internet rappresenta un business o un media. Se hai deciso di fare torte di compleanno come attività, potrai scegliere due strade.

Se vuoi che per te internet sia un business, allora cercherai di creare un e-commerce dove le persone possano scegliere tra

diversi tipi di torte, abbiano la possibilità di inviarti un file con una loro foto da raffigurare sulla cialda della torta, ecc. Dovrai realizzare il sito in modo che possano fare tutto senza uscire dalla schermata in cui sono, che possano pagare con carta di credito o paypal e ricevere delle email di conferma quando l'ordine è andato a buon fine, comunicando una data presunta di consegna tramite corriere.

Diversamente potresti decidere che per te internet è solo un media e quindi farai il tuo bel sito internet aziendale, metterai tutti i riferimenti per trovarti e arrivare da te, le foto delle torte ed eventualmente dei video in cui la TV t'intervista per la meravigliosa inaugurazione che avrai fatto all'apertura del negozio. Questo è un "sito vetrina" e va benissimo. Tieni però presente la parte online che potrebbe trasformare il tuo business in un internet business. Non è un caso che tutti quelli che pensano alle startup si focalizzino sulla rete. In questo campo le cose sono in costante evoluzione e ci sono ancora margini di miglioramento enormi. Fai quindi questo esercizio ora: pensa a business che conosci bene e pensa a come trasformarli in internet business.

La differenza potrebbe essere abissale per via del maggior numero di persone che puoi raggiungere. Un negozio di torte locale potrà sì o no avere cento clienti potenziali nei suoi dintorni. Se però questo negozio vende online, potrebbe attrarre persone da tutta la nazione. Perfino un articolo deperibile come le torte, potrebbe essere tranquillamente spedito in tutta Italia con facilità, scegliendo il corriere giusto. In questo modo il potenziale pubblico diventa un gruppo con svariati milioni di golosi mangiatori di torte, invece che poche centinaia. Grazie a questo fatto, potrai focalizzare in modo estremo la tua attività, cosa sempre proficua da fare, come vedremo in seguito per quanto riguarda il branding. Se decidi di fare torte con foto di compleanno stampate sulla cialda in un

paesino di cinquemila abitanti probabilmente non avrai di che vivere, ma se estendi la cosa, rendendo visibile il servizio a milioni di persone, le chance di attirare un grosso numero di clienti sono estremamente favorevoli. Quindi: qualunque sia il business che hai in mente, pensa a come utilizzerai internet. Potrai usarlo come un semplice media per far sapere che ci sei oppure, più proficuamente, per dargli qualcosa che lo renda speciale e unico, creando un vero internet business.

Nel business devi avere S.T.I.L.E.

di Ivan Mocchio

Ovviamente tutti vogliamo avere stile nel Business che creiamo, ma qui stiamo parlando di qualcosa di diverso: le leve!

Cos'è una leva? Il vecchio e caro Archimede ci ha insegnato che disponendo una leva su un fulcro che fa da perno, si possono sollevare grossi pesi, utilizzando poco sforzo.

Immagina di usare questo principio anche per il Business e tutte le attività correlate. Poco sforzo per tanti risultati. Come esempio, immagina di costruire una casa da solo. Ti dovrai occupare di scavare il buco delle fondamenta, costruire l'intelaiatura per poi metterci il cemento, procurare i materiali, saper usare le escavatrici, tenere in ordine, montare i ponteggi ecc ...SPAVENTOSO, vero?

Pensare di poter fare tutto da soli fa venire il mal di testa. Ora invece, pensa di farlo con una squadra di persone dove tu coordini e gestisci i vari lavori da fare ma in pratica poi i lavori li fanno gli altri. Questo vuol dire usare la leva del lavoro.

Far lavorare le altre persone non significa che tu non fai nulla, tutt'altro. Avrai tanto da fare nell'organizzare il lavoro, gestire i tempi e soprattutto le persone stesse.

Sei anche tu una di quelle persone che vuol fare tutto da sola? Io un tempo lo ero. Sembrava quasi che fosse un delitto usare la forza lavorativa di altri, come se io non fossi in grado di fare meglio. Insomma volevo dimostrare di farcela da solo o peggio ancora, mi facevo influenzare quando c'era qualcuno al mio fianco che diceva che stavo sfruttando le persone (Sic).

Probabilmente anche tu sarai d'accordo con me che far lavorare altre persone è una cosa positiva e non negativa. Basta vedere tre semplici vantaggi che questo comporta:

1. puoi fare lavori più grandi e importanti;
2. dai lavoro e possibilità di guadagnare ad altre persone;
3. puoi usare capacità di altri che tu non hai e viceversa.

Per espandersi, creare valore e ricchezza, non solo per te stesso ma anche per le persone che hai accanto, i tuoi collaboratori e le altre persone, c'è solo un modo: usare le leve. Questo ti permette di ottenere degli scambi. Ad esempio, se usi la leva del lavoro come citato prima, in cambio darai del denaro.

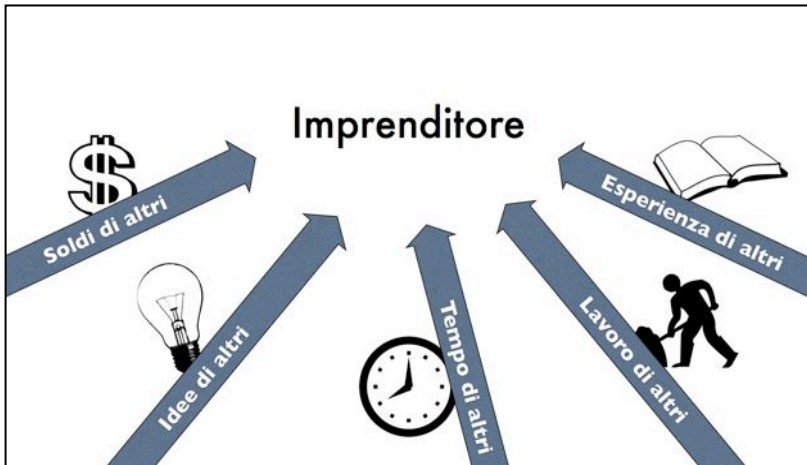


Figura 1-3 Le leve dell'imprenditore possono essere riassunte con l'acrostico S.T.I.L.E.: Soldi di altri, Tempo di altri, Idee di altri, Lavoro di altri ed Esperienza di altri.

Questi dati che ti ho appena scritto, sono fondamentali perché tu, in quanto imprenditore, per avere successo dovrai sempre tenere il focus sul creare valore e ricchezza. Senza questi due

elementi non puoi pensare di portare la tua azienda o il tuo progetto al successo.

Ti starai chiedendo cosa significa S.T.I.L.E. (acrostico preso in prestito da un amico). Non è nient'altro che l'insieme delle iniziali delle cinque leve:

- Soldi;
- Tempo;
- Idee;
- Lavoro;
- Esperienza.

Vediamole una a una:

Soldi

Usare soldi di altri. Questa è una leva molto delicata e voglio farti subito un esempio della sua importanza.

Immagina di avere diecimila euro nel tuo conto corrente bancario e di avere tra le mani un buon business da far partire che avrà delle belle prospettive e potenzialità di successo. Supponiamo che per questo progetto servano proprio diecimila euro e tu, poiché sei convinto che avrai successo, investi tutti i tuoi soldi.

“la leva ‘soldi di altri’ ti permetterà di accelerare il tuo business.”

Ora che hai fatto partire il business e le cose cominciano a ingranare, cominci ad avere più contatti e anche più opportunità. Infatti, ti propongono un altro Business veramente valido dove tu dovresti mettere la tua esperienza e

anche altri ottomila euro. Purtroppo non hai altri capitali da investire!

Avrai già capito che ti stai bruciando delle opportunità poiché sarebbe possibile accedere ad altri affari con il semplice aiuto di un socio di capitale, un Capital Venture, un finanziamento pubblico o privato o qualsiasi altra forma che ti può venire in mente (purché legale, ovviamente).

I soldi sono la linfa degli affari. Sono indispensabili ma non è detto che debbano essere tutti tuoi quelli da investire.

Una cosa da dire c'è: se si vuole avere successo in una partnership o società tra due o più persone, ognuno un po' di soldi li deve mettere. Chi più e chi meno, ma ognuno deve mettere qualcosa, perché quando si partecipa ad un business con solo la forza lavoro, non si dà lo stesso impegno e attenzione di quando ci hai messo anche soldi tuoi. Potremmo star qui giorni a discutere se sia vero oppure no ma sia dalle mie esperienze sia da quelle dei miei soci, emerge sempre lo stesso dato: "Usa la Leva, ma un po' di soldi tuoi mettili".

Tempo

Purtroppo in una giornata ci sono solo ventiquattro ore, quindi tutti noi abbiamo questo limite universale che ci viene imposto. Com'è possibile allora che alcune persone ottengano così tanti risultati in poco tempo, mentre altri non ci riescono? Semplice, usano la leva del tempo di altri.

Avere dieci persone che possono usare il loro tempo da dedicare a un progetto moltiplica tutto per dieci, ovviamente.

Facciamo un esempio: vendo il mio prodotto e per farlo organizzo dagli otto ai dieci appuntamenti al giorno. Poiché sono bravo, a volte riesco a farne addirittura dodici (praticamente sono un mostro di bravura), però oltre a non avere più tempo per fare altre cose, non potrò mai farne di più

e quindi non posso espandermi. Se invece comincio ad avvalermi di commerciali che vendano per me il mio prodotto, le possibilità di aumentare e sviluppare il business si moltiplicano esponenzialmente.

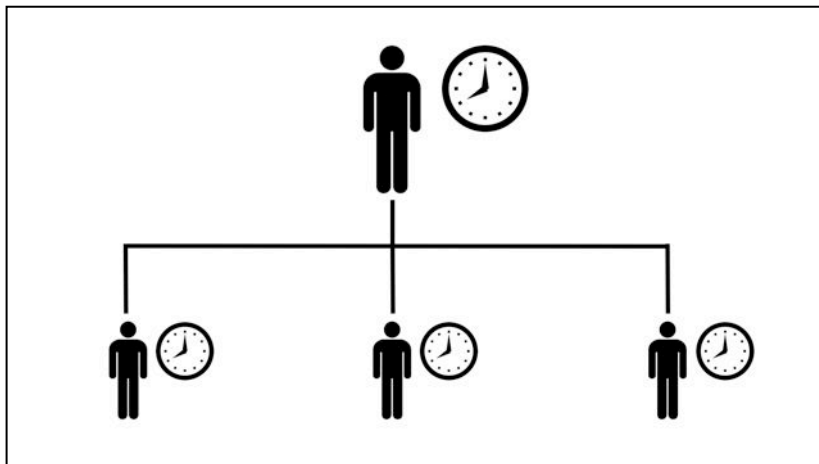


Figura 1-4 Una delle leve più importanti dell'imprenditore è il Tempo. Quando assume collaboratori per assegnare loro dei compiti deve farlo nell'ottica di liberare il suo tempo.

Con dieci commerciali potrei raggiungere ottanta o cento appuntamenti al giorno!

Questo è assolutamente banale, la classica scoperta dell'acqua calda. Allora perché non lo fanno tutti?

A volte semplicemente non ci pensano e spesso non sanno come fare. Spesso credono che mai nessuno riuscirà a fare il lavoro come lo fanno loro. Non sto dicendo che sia facile e immediato creare e gestire una rete vendita ma dico che è la cosa da fare se si vuole espandersi, altrimenti si rimane sempre un Lavoratore Autonomo e non un imprenditore. Ecco perché bisogna apprendere tante cose per fare impresa, tenersi

aggiornati costantemente frequentando corsi o leggendo libri come stai facendo tu adesso.

Idee

Chi ha detto che per avere successo, o anche solo per fare l'imprenditore, devi avere tu l'idea del secolo? Io ho avuto un socio nel passato che desiderava tanto fare l'industriale e diceva sempre che gli bastava l'idea giusta per un prodotto e avrebbe sfondato. È evidente che non sapesse neanche lui di cosa stava parlando.

Le idee non sono la parte principale della tua attività, quindi se sei capace di far partire una start up o anche solo stai imparando ma non hai idee, non preoccuparti. Le idee valide sul mercato sono tante ma le persone brave a svilupparle sono poche.

Pensa a Facebook. Il caro Mark Zuckerberg non era un imprenditore. Ha sviluppato un'ottima idea ma il boom l'ha avuto grazie a degli investitori che sapevano cosa fare della sua idea. In pratica erano una sorta di "incubatore" per nuove iniziative.

Lavoro

"Il lavoro nobilita l'uomo" è un detto vero, anzi verissimo. Attraverso il lavoro si va verso scopi più alti e nobili e questo ci fa stare bene e ci mantiene in vita. Questo però non vuol dire che ci dobbiamo ammazzare di lavoro in modo poco intelligente! Ecco perché, come dicevo prima, la leva del lavoro è FONDAMENTALE per espandere e migliorare un'azienda o un progetto.

Da soli non andiamo tanto lontano ma in squadra invece possiamo davvero conquistare il mondo. Il supporto e l'aiuto che ci arriva dal lavoro degli altri, diventa sempre più necessario quanto più la nostra azienda si espande.

Immagina la Fiat che costruisce auto, gestita e portata avanti da dieci persone. Ovviamente non è possibile che riesca a produrre tutte le auto che produce adesso. Sicuramente ne produrrebbe qualcuna ma non migliaia. Più userai il lavoro di altri e più la tua azienda potrà espandersi.

Una sera a cena con amici mi è stato raccontato che la difficoltà che si ha ad avere collaboratori validi è pari a infilare un filo nella cruna dell'ago di notte dopo una sbornia. Beh, che dire. È vero che non è semplice trovare partner validi, collaboratori o dipendenti ma anche in questo caso, se hai dei dati chiari e semplici che ti possono aiutare a fare le scelte giuste, i margini di errore diminuiscono drasticamente. I grandi lavoratori si danno tanto da fare ma non si preoccupano di conoscere abbastanza da sviluppare il loro business e quindi si scontrano con queste difficoltà senza avere gli strumenti per superarle.

Morale della storia: fai uso di tanti collaboratori quanti sono quelli necessari per espanderti. Fallo in maniera graduale e soprattutto impara a scegliere le persone giuste, a formarle e seguirle. Dedica del tempo a te stesso per imparare queste cose e ne avrai un ritorno cento volte superiore.

Esperienza

Nel momento in cui sto scrivendo questo libro io ho quarant'anni, ho lavorato all'estero per circa due anni, sono stato socio in un Tour Operator, ho viaggiato, ho trattato con diverse persone, fatto il venditore per un'azienda di cosmesi, posseduto un ristorante, organizzato eventi e feste con anche mille persone, mi sono divertito, ho sofferto, ho faticato, ho imparato un sacco di cose. Ho frequentato persone di tutti i tipi e ho preso anche cantonate. Ho guadagnato tanti soldi e altrettanti ne ho spesi. Ognuno di noi potrebbe raccontare e scrivere decine e decine di pagine sulle proprie esperienze.

L'esperienza di una persona è tutto. È quello che gli permette di prendere delle decisioni oggi per domani. L'esperienza è il tuo passato e ha fatto sì che tu sia quello che sei oggi. Pensa se mettessi insieme tutte queste cose da più persone, condividendole e rendendole esperienze a disposizione di ogni persona nella squadra. A me viene solo da dire: "Wow".

Credo che la leva dell'esperienza sia la più bella in assoluto. Utilizzare l'esperienza di altri non è soltanto sfruttare le loro conoscenze per migliorare il business ma è proprio imparare da venti anni di cose fatte, emozioni vissute e cose imparate da un'altra persona. Se poi pensiamo di moltiplicare questo per ogni persona della squadra, diventa fantastico quante cose si possono fare e imparare.

Quando sono entrato come socio nel Tour Operator avevo circa venticinque anni. I miei soci invece erano tutti più vecchi di me e con esperienze lavorative sicuramente più importanti delle mie. Da loro ho imparato tantissimo e l'attività che abbiamo svolto ha avuto una gran crescita proprio grazie all'insieme delle esperienze della squadra. Io parlavo bene l'inglese, ero in grado di trattare con hotel, guide e ristoranti. Ero disposto a viaggiare in tutta Europa. Gli altri avevano altre esperienze e capacità e insieme gestivamo ulteriori persone con diverse esperienze e capacità. Quello della leva è un potere infinito ma bisogna saperlo usare.

Esercizio:

Ora che hai qualche dato in più sulle leve, prova tu stesso a scrivere come applicheresti ogni leva nel tuo progetto o nella tua impresa.

Se hai già un'azienda avviata, probabilmente troverai qualche sorpresa svolgendo questo esercizio.

Se invece stai iniziando ora o sei partito da poco, svolgi questo esercizio con molta attenzione e inserisci ogni cosa che potresti svolgere grazie alle cinque Leve.

Esempio: al momento non ho una squadra, io sono bravo a fare siti internet, e a programmare, ho già un'idea ma non ho nessuno che possa venderla.

Mi servirebbe l'esperienza di: un direttore vendite che conosca questo settore, mi servirebbe un contabile perché io non sono capace di.... ecc.

Buon divertimento!

Per svolgere l'esercizio e approfondire questo argomento vai sul link: www.geniup.com/book

Creare un Sistema (alla fine te ne devi andare)

Di Loris Zoppelletto

“Un’attività si può definire un sistema se è automatica e vendibile.”

Quanto sto per dire, è una cosa che potrebbe procurarmi la scomunica da parte della “religione imprenditoriale veneta”. La cultura imprenditoriale del nord est Italiano, da cui provengo per nascita, è un insieme di regole e direttive talmente radicate e rispettate che io la chiamo scherzosamente “religione imprenditoriale” per simboleggiare quanto sia consolidata. Scherzi a parte, questo tipo di cultura è un modello di conduzione degli affari che ha portato al fenomeno economico delle PMI (piccole e medie imprese) che gli economisti di tutto il mondo hanno analizzato con interesse. Questo insieme di atteggiamenti, punti di vista e regole di conduzione degli affari, è ricco di spunti interessanti che difficilmente sono compresi da chi non abbia vissuto l’esperienza di creare un’attività in proprio. Per esempio, il fatto di essere disposti a lavorare duramente fa parte di queste regole tacite. Assumere l’atteggiamento di guida del gruppo e accettare il fatto che sia sempre responsabilità tua per tutto quello che succede, pretendere uno scambio economico per ogni prodotto che esce dall’azienda e limare i costi di produzione su base continuativa, sono tutte regole non scritte che traspaiono quando osservi uno di questi imprenditori di una certa età che dal nulla hanno tirato su attività milionarie. Se avrai l’occasione di incontrare persone di questo genere, ti consiglio di fare tesoro di questa esperienza perché da loro potrai rubare decine di anni di esperienza e non andrai in galera per questo furto. Potrebbero essere persone burbere e

schive, indurite dagli sforzi che hanno affrontato per superare i momenti bui della loro esistenza. Potrebbero avere un carattere difficile e peculiare. La cosa non deve sorprendere, visto che hanno vissuto una vita fuori dagli schemi e sono personalità che hanno resistito ai tentativi dell'ambiente di inquadrarli e renderli conformati. Molto spesso troverai che sono più che disposti a insegnarti e a darti consigli. Magari lo faranno per avere l'occasione di raccontare le loro avventure e probabilmente con la speranza che la loro esperienza ti sia utile. Di sicuro sono delle fonti inestimabili di una merce rara: l'esperienza pratica.

Mi ricordo di una sera in cui ero a cena seduto a una grande tavolata di persone tra amici e parenti. C'era a quel tavolo una mezza dozzina di dispositivi tra iPad, iPhone, e-reader e via discorrendo. Tutti erano intenti a mostrarsi foto e video usando i loro gadget, tranne un signore di circa settant'anni che usava con riluttanza perfino il suo semplice telefonino Nokia con i tasti. Quando però qualcuno mi ha chiesto che lavoro faccio e mi sono messo a spiegare come noi di Classe Quattro abbiamo avviato svariati business online, usando le tecnologie moderne per semplificare il lavoro e promuoverci, questo signore era il più attento di tutti. Costui, un imprenditore milionario che era partito da zero molti anni fa, nonostante la sua chiara riluttanza verso l'uso delle tecnologie moderne, aveva fiutato che c'era qualcosa d'interessante in quello che dicevo. Lo capivo dalle domande che faceva e da come dirigeva la conversazione verso gli aspetti pratici. Siamo finiti a conversare amabilmente di come il mondo dell'imprenditoria sia un'avventura straordinaria. Mi ha raccontato di come lui avesse già vissuto la propaganda della crisi economica altre due volte quando, per varie vicissitudini, l'economia aveva rallentato, erano scoppiate inflazione e crisi del credito. Accettava le mie opinioni come se fossimo due

vecchi amici ed era sinceramente interessato a capire come avrei fatto io a modernizzare alcuni aspetti del suo business. La serata, iniziata un po' sottotono, si concluse benissimo e tornai a casa molto soddisfatto. Ho saputo mesi dopo che costui aveva poi riorganizzato il suo business introducendovi una parte online di tutto rispetto. Non ritengo di essere stato io a insegnargli qualcosa ma di sicuro c'è stato uno scambio di punti di vista che ha aiutato entrambi.

Ribadisco quindi che quando avrai l'occasione di parlare con persone come queste, offrire loro la cena in un buon ristorante sarà per te un ottimo investimento. Fai però attenzione al fatto che sia la persona che ha effettivamente creato il gioco e non uno che si è associato alla creazione di altri. Per esempio, parlare con un manager importante non è la stessa cosa. Per quanto costui possa essere una persona straordinaria, non starai parlando con un creatore di giochi ma con una qualcuno che è parte del gioco. Un manager è un dipendente di altissimo livello del sistema ma è pur sempre un dipendente. Se hai mai avuto modo di paragonare chi dirige una grossa azienda a un imprenditore ruspante del tipo di cui sto parlando, saprai cosa intendo.

“Un manager è un dipendente di altissimo livello del sistema ma è pur sempre un dipendente.”

Anche i figli degli imprenditori sono un tipo diverso di persona e difficilmente sapranno trasmetterti l'amore per la creazione del gioco del lavoro. La maggioranza dei figli d'imprenditori che hanno seguito le orme del genitore, lavorando nella ditta di famiglia, sono anch'essi persone con capacità al di fuori della

media. Più della metà di quelli che io conosco, sono degni figli del loro genitore: capaci, dediti, tenaci e intelligenti. Molto spesso sono più colti, avendo potuto frequentare l'università o comunque dei corsi di formazione migliori, con tutti i vantaggi e gli svantaggi che questo comporta. La cosa di cui però mancano è la completa consapevolezza di aver creato un gioco e questo potrebbe averli trasformati in un ibrido a metà tra un imprenditore e un manager. Questa non è una critica a queste persone, dato che ognuno di noi ha i suoi personali scopi e compie le sue personali scelte nella vita. Inoltre, non c'è assolutamente nulla di male ad associarsi alla creazione di un'altra persona, che sia un genitore o meno. Quello che voglio sottolineare, è che le persone che più ti trasmetteranno l'esperienza di cui hai bisogno sono i creatori di giochi, non i partecipanti. Sono quelli che ci hanno creduto quando nessuno ci credeva, che sono partiti quando nessuno lo avrebbe fatto per primo. Sono quelli che hanno persistito quando tutto stava dando loro torto e hanno tenuto duro quando le vocine dentro di loro dicevano di arrendersi. Quasi sicuramente sono persone che non si lamentano delle disgrazie che gli capitano e di sicuro non sono inclini a entrare in accordo con le barriere che la vita gli pone d'innanzi, poiché "andare in accordo con le barriere del gioco" è l'esatto contrario di essere un imprenditore.

Tutto quello che ho detto finora, è la parte positiva che puoi assorbire da un imprenditore ruspante, soprattutto quelli Made in Italy.

Ora viene la parte che mi frutterà la scomunica dalla suddetta religione imprenditoriale.

Uno dei dogmi dell'imprenditore che ho descritto finora è quello di non avere paura di immergersi direttamente nel campo da gioco del business e quindi essere competente a livello personale nell'attività che si svolge a livello aziendale.

Questo è necessario e utile quando partirete e servirà per far partire veramente le cose. L'errore però è quello di non lavorare sempre nella direzione di togliere se stessi dal macchinario per cui si finisce col diventarne un ingranaggio.

*“La definizione completa di sistema è:
un’attività che sia automatica e vendibile.”*

Lo scopo di un imprenditore deve essere quello di “creare un sistema” ovvero un’attività autonoma che non richieda il suo lavoro, la sua direzione e neanche la sua presenza. Per cominciare dovrai essere disposto a buttarti a capofitto nel comprendere i meccanismi di quello che sai fare meglio, dovrai anche imparare l’arte di dirigere e di vendere, anche se non sono queste le tue specialità. Dovrai stare di fronte alle seccature burocratiche, amministrative e risolvere i problemi che mettono in pericolo la tua prosperità. Dovrai fare tutto questo mentre pensi continuamente a come trasformare la tua attività in un sistema.

La definizione completa di sistema è: un’attività che sia automatica e vendibile. Un imprenditore è una persona che crea sistemi.

Sento già le voci dei due schieramenti opposti che commenteranno queste affermazioni. Da una parte ci saranno quelli che si sono fatti da sé e che penseranno: “Perché mai dovrei mollare tutto nel più bello che sono arrivato a un’attività funzionante? Dopotutto ci vuole l’occhio del padrone per far funzionare le cose e nessuno finora è stato degno di sostituirmi neanche lontanamente. Ci ho anche provato un paio di volte a delegare, ma senza successo”. Dall’altra parte dello schieramento ci saranno invece quelle persone che non hanno ancora avviato una vera attività imprenditoriale e che

penseranno semplicemente: “Non vedo l’ora di creare un sistema e di togliermi di mezzo. Non capisco come qualcuno possa restare invischiato nell’attività fino a diventarne esso stesso un ingranaggio”.

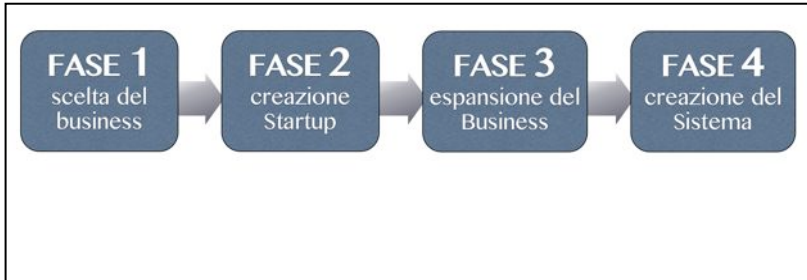


Figura 1-5 Lo scopo finale di un imprenditore è di realizzare un Sistema. L'attività è un Sistema se è completamente indipendente dall'imprenditore ed è vendibile.

La verità è che non è facile pensare in termini di “sistema” quando si sta creando un business. È necessario un preciso sforzo per pensare in termini tali da rendere le cose più semplici da sistematizzare e spesso questo include la necessità di fare scelte drastiche. Io ho la fortuna sfacciata di aver trovato dei soci straordinari quando abbiamo fondato Classe Quattro, sia perché siamo estremamente allineati nella vita e nel business, sia perché ci completiamo a vicenda nei ruoli necessari per sviluppare sistemi. In particolare mi è sempre servito parlare con Davide Colonnello per la sua spietata capacità di semplificare le cose a un livello in cui tutto diventa facile da realizzare. Questa sua caratteristica gli ha fruttato il soprannome di “rasoio”, in onore del principio di logica detto “rasoio di Okkam” che afferma (a grandi linee) che tutti i dati non necessari per la soluzione di un problema devono essere eliminati dal ragionamento stesso. Quando abbiamo fondato ProfessioneForex.com, un sistema di e-learning per imparare a investire nel mercato delle valute, è stato lui a spingermi in più

occasioni a non farmi coinvolgere sempre più nell'attività ma piuttosto a rendere le cose sempre più indipendenti e automatiche. Se fossi proseguito con il metodo standard di approccio al business che avevo adottato in altre esperienze, sarei finito sempre più col diventare un ingranaggio del nostro sistema, sempre più impegnato con ore di lavoro extra, meccaniche in più, problemi da risolvere ecc. Essendoci imposti di non aggiungere neanche un'ora di lavoro personale a quelle che già davamo per dirigere le cose, l'attività si è espansa molto di più e ci ha permesso di creare molti altri business, liberi com'eravamo di pensare a cose nuove.

Forse avremmo fatto qualcosa meglio se ci fossimo dedicati personalmente al lavoro? Probabilmente sì, perlomeno in quel business. La mole di lavoro però, ci avrebbe proibito sicuramente di avere a disposizione anche solo il tempo per pensare a nuove opportunità o a idee differenti. L'esperienza è stata così positiva per me che ho coniato un motto per la nostra squadra: "Un vero imprenditore si deve annoiare almeno una volta al giorno, per potersi definire tale".

"Un vero imprenditore si deve annoiare almeno una volta al giorno, per potersi definire tale."

Il senso di questo motto semischerzoso è che dobbiamo assolutamente avere dei momenti in cui *non* siamo catturati dalle tante cose da fare, se vogliamo essere liberi di pensare a cose nuove. Dopo tutto un imprenditore è un creatore di giochi, non dimenticarlo.

Nel gioco **StartUp!®** ho voluto rendere obbligatorio lo scopo di creare un sistema, se si vuole vincere la partita. Per vincere dovrai arrivare ad avere un'attività in cui tu non compari più nell'organigramma e il business continua a generare un cash

flow positivo tutti i mesi. I giocatori che si sono dimostrati i più scatenati nel giocare a questo gioco sono proprio gli imprenditori veri. Anche se in una situazione simulata e divertente come la partita a **StartUp!@**, si nota come queste persone siano nettamente più garibaldine e sfrontate del giocatore medio, proprio come lo sono nella vita reale. Quando però arrivano al punto del gioco in cui per vincere devono assolutamente togliersi dal business, hanno la realizzazione che non è quello che stanno realmente facendo nella vita vera. Di solito me lo comunicano con un po' di serietà e capiscono che quell'idea semplicissima sia in realtà un principio potente e determinante per continuare a divertirsi nel gioco del business.

L'idea di creare un sistema automatico e vendibile è tutt'altro che nuova, anche se io sono arrivato piuttosto tardi a comprenderla e a farla mia. Devo dire che nella mia esperienza lavorativa con popoli anglosassoni o con gli americani, ho notato come questo concetto sia molto più usato da loro che da noi. Per un inglese o un americano è piuttosto ovvio che, se l'attività riuscirà a ingranare e a espandersi in modo florido, si dovrà costruire un'organizzazione che la porti avanti e la consolidi. Non per forza dovrà restare legata al nome di famiglia e soprattutto non è affatto scontato per loro che la poltrona del comando sarà ereditata dai figli di chi ha creato il sistema. Probabilmente nelle mie battute sulla religione imprenditoriale veneta c'è un filo di verità.

Ho scelto di dilungarmi nel descrivere l'importanza di questo punto perché ho notato in innumerevoli casi quanto questo fatto abbia indebolito delle organizzazioni che erano molto robuste. La scena tipica che ho osservato è quella che comincia con un uomo d'affari che dal nulla crea un bellissimo gioco imprenditoriale, arriva in una condizione di stabilità e grosse dimensioni, per cui anche delle difficoltà notevoli non riuscirebbero a demolire il business. La scena continua poi con

lui, che invece di creare un sistema e fare tutto quello che è necessario per staccarsi da esso, finisce invischiato nei suoi stessi meccanismi. A questo punto avviene un deciso peggioramento della qualità del business e della vita dello stesso imprenditore. Tenta delle deleghe a metà, mentre in realtà tiene inconsapevolmente arroccate a sé le funzioni chiave di cui dovrebbe liberarsi. Talvolta cerca di ignorare i problemi di routine che affliggono l'azienda, perché per lui oramai non c'è più avventura vera.

La vera avventura include per forza andare verso un futuro parzialmente ignoto mentre per un imprenditore navigato la routine non ha più sorprese degne delle sue capacità. Ho addirittura visto imprenditori creare da soli dei veri e propri guai all'azienda per provare l'ebbrezza di ricostruire il gioco come ai vecchi tempi.

Al di là di tutte le motivazioni che potremmo trovare per questi problemi, la radice è sempre quella di non aver lavorato in direzione di un sistema ma *dentro* al sistema.

Per concludere, vorrei spendere una parola su cosa significa la seconda parte della definizione di Sistema. Oltre che automatico deve essere anche vendibile. Questo fatto non implica che per forza si debba vendere l'attività. Questo è piuttosto un test da fare per verificare quanto il sistema sia ben congeniato o meno. Se per esempio hai basato il business incentrandolo sul tuo nome e cerchi di venderlo ad altri, probabilmente ti accorgerai che non è vendibile perché, che tu ci lavori o no, la mancanza dell'uomo simbolo sarebbe mortale per l'attività. Un sistema vendibile può essere anche un'azienda quotata in borsa. In effetti, il listing di un'azienda presso una società di borsa è proprio questo. Stai vendendo una parte del tuo sistema e la gente è disposta a pagare per comprare le azioni della società. Sono operazioni molto

fruttuose e, se il tuo gioco fiorirà in maniera straordinaria, ti troverai a considerare di accedere al capitale privato con un'OPA delle tue azioni. Questi sono esempi in grande stile, ma anche un business relativamente piccolo può essere venduto ad altri o dato in compartecipazione.

Abituati a ragionare in termini di creare il sistema fin da ora, e come esercizio, pensa a come la tua idea si business può essere trasformata in un sistema automatico e vendibile a un certo punto del suo percorso.

2. Pensa a vendere

La vendita

“Qualsiasi sia il tuo business, prima o poi dovrai imparare a vendere”

di Ivan Mocchio

Vendere, vendere, vendere! Questo è il motto di questo capitolo e, che ti piaccia o no, se vuoi diventare imprenditore di successo, vendere è una delle cose più importanti da imparare. Che cosa pensi tu sul vendere? Fai un'analisi di quello che realmente pensi su quest'abilità. Cerca davvero di recuperare quelle che sono le tue idee sulla vendita. Sei una persona che gioisce nel vendere qualsiasi cosa? Ti appassioni solo quando devi proporre un progetto o prodotto che ti piace? Credi che la vendita proprio non sia fatta per te? Oppure pensi che solo i fortunati che nascono con questa indole possano ottenere risultati? Credi forse che ti basterebbe imparare qualche dato per migliorare? A te non interessa quest'aspetto della tua attività? Potremmo andare avanti tanto con queste domande, alle quali sono quasi certo, hai dato una risposta mentre leggevi. Non importa quali siano state le risposte ma in ogni caso per fare impresa ed essere un buon imprenditore bisogna saper vendere.

Probabilmente già lo sai ma tutti siamo venditori a prescindere dal ruolo che abbiamo in azienda o nella società. Sei un venditore quando vendi il prodotto della tua azienda e fin qui è tutto chiaro. Sei anche venditore quando proponi un progetto.

In questo caso stai cercando di vendere un'idea. Vendi quando vuoi convincere tua moglie a guardare un film d'azione invece che la commedia romantica. Vendi quando stai cercando di mettere i soci in linea con il tuo punto di vista. Vendi quando stai prendendo degli accordi per una partnership di lavoro ecc.

Ogni azione che fai in questi e altri frangenti è una vendita, quindi ti renderai conto tu stesso che non solo è importante essere un buon venditore ma che è addirittura di importanza vitale, altrimenti in ambito lavorativo non riuscirai a concludere molto.

Vendere è anche comunicare e per riuscirci ci sono delle regole ben precise che si possono imparare. Ad esempio, la comunicazione deve essere a due sensi per essere efficace. Questo vuol dire che un po' devi parlare tu e un po' lo deve fare il tuo interlocutore. Ti è mai capitato di essere con una persona che continua a parlare e quando provi a dire la tua, non ti dà spazio ma va avanti come un treno? Che sensazione avevi? Dopo un po' probabilmente hai cominciato a sentirti più stanco, quasi infastidito. E se la comunicazione a senso unico continua, probabilmente ti viene anche sonno. È normale. Noi esseri umani siamo "costruiti" per interagire, per muoverci, per dare e ricevere e anche nella comunicazione non puoi solo ricevere, devi anche dare. Ti è mai capitato invece di avere una comunicazione naturale a due sensi? Tu dici la tua idea, l'altra persona risponde e poi dà spazio a te per un approfondimento. Poi l'interlocutore ti fa una domanda e così via. Questo di solito ti fa stare bene, sentire più attento a ciò che sta accadendo, ti dà energia e voglia di continuare. Questo vuol dire comunicare e nella vendita deve essere così.

Un altro dato importante sulla vendita che forse avrai già sentito è: "Chi domanda comanda". Per condurre una vendita bisogna fare domande, altrimenti come riesci a capire di cosa

realmente ha bisogno il tuo interlocutore? Vendere deve essere un piacere perché in qualche modo aiuti una persona a risolvere un problema. Questo è vendere: risolvere problemi ed esigenze. Vendere è aiutare le persone a raggiungere la soddisfazione che desiderano circa il prodotto o il servizio che hanno comprato.

Dopo quello che ho scritto, si può cominciare a capire due cose: la prima è che vendere per un imprenditore è come respirare per un essere vivente. La seconda è che esistono dei dati che si possono imparare e su cui ci si può esercitare. Vendere non è una dote innata, è un'abilità che si può imparare. Ovviamente, come in tutte le abilità a volte si trova un genio che emerge, ma questo è un altro discorso.

“Vendere non è una dote innata, è un'abilità che si può imparare.”

Quindi, per avere successo come imprenditore bisogna saper comunicare e saper vendere. Con questa abilità dalla tua parte potrai costruire forti relazioni di business, far accettare le tue idee, vendere più facilmente i tuoi prodotti e migliorare i rapporti con le persone in generale.

Le persone non acquistano i servizi della tua azienda, non comprano i tuoi prodotti o le tue idee, le persone comprano il modo in cui pensano che si sentiranno dopo aver acquistato il tuo prodotto o sposato la tua idea.

Prendiamo Apple come esempio. Oggi è un'azienda tra le più grandi e prospere a livello mondiale e non solo in termini di fatturato ma proprio a livelli di utile, minima spesa e massima resa. Apple non ti dice di comprare l'iPhone perché è un prodotto migliore, ti dice di comprarlo perché ti migliorerà la

vita, ti farà stare meglio perché potrai fare determinate cose. Questo è lo scopo dell'azienda: migliorare il mondo grazie alla tecnologia. Non vendono prodotti elettronici ma una vita migliore. Che dire? Hanno creato più di un marchio, addirittura un movimento culturale attorno ai prodotti. Per quanti prodotti elettronici avete visto fare la fila davanti ai negozi in occasione dell'uscita dell'ultimo "giocattolo" dell'azienda? Le uniche folle impazzite io me le ricordo per i Duran Duran, mai per un telefonino.

Questo è "saper vendere" e alla base c'era un pazzo Steve Jobs che come grande caratteristica, indovinate un po', aveva la grande capacità di comunicare, sia che fosse sul palcoscenico per presentare il nuovo prodotto sia che fosse per l'accordo con la casa produttrice dei vetri dell'iPhone o con le case discografiche per far decollare iTunes. Ho letto la sua biografia di Isaacson, e anche lì ho capito quanto sia un aspetto chiave la capacità di relazione e comunicazione per un imprenditore.

Un altro libro che mi ha aperto occhi è stato "il venditore meraviglioso" di Frank Bettger. Si tratta di un libro scritto nel '56, quindi sicuramente sono cambiate un po' di cose nel mercato. Inoltre quel libro è impostato sulla vendita porta a porta. Ciò nonostante ci sono dati interessanti sulla vendita e uno su tutti è che proprio questo: tutti possono farlo.

"Se hai un buon prodotto, si vende da solo?". Baggianate!

Ho avuto a che fare sia direttamente sia indirettamente con tanti venditori, commerciali e imprenditori nella mia vita e spesso ho sentito questa frase. All'inizio un po' ci credevo ma a mano a mano che ho fatto esperienza, mi sono reso conto che non è altro che una sciocchezza. È una scusa bella e buona, perché questa frase viene detta proprio quando si fa fatica a vendere qualcosa. Faccio subito un esempio: la Coca Cola esiste dal 1886. È stata inventata da un farmacista di Atlanta,

negli Stati Uniti. È un prodotto conosciuto e venduto in tutto il pianeta, in ogni anfratto della terra trovi la Coca Cola, una bevanda gasata e dolce che piace a tutti, si potrebbe quasi dire un prodotto che si vende da solo vero? Oggi Coca Cola fattura circa 45 Miliardi di dollari e investe molti milioni all'anno in Marketing e pubblicità. Perché lo fa? Dovrebbe vendersi da sola, no?

È abbastanza normale pensare di ottenere risultati, solo perché il prodotto è buono. Purtroppo non è sufficiente: bisogna far conoscere il prodotto alla massa e renderlo disponibile affinché sia acquistato. Questo è quello che fa Coca Cola; tanto marketing e poi tanti punti vendita, così che in ogni posto si possa trovare il loro prodotto. Coca Cola fa un grandissimo sforzo sia in termini economici sia di lavoro per far arrivare e conoscere il loro prodotto ovunque. Ho visto tanti bei prodotti, che non venivano pubblicizzati abbastanza, perdersi nel nulla e poi dare colpa alla crisi del fallimento. Che altra ragione potrebbe mai esserci se non ha funzionato?

Un altro esempio interessante è la battaglia che fanno le aziende per accaparrarsi un determinato scaffale all'interno della GDO (Grande Distribuzione Organizzata). Se lo scaffale è all'altezza degli occhi, l'acquisto è più facile da parte del cliente. Qui siamo sui dettagli, ma è così che funziona: ogni azione deve essere ben calibrata per poter vendere. Non a caso, sugli scaffali ad altezza occhi trovate grandi marche come Mulino Bianco e adesso anche le marche dei supermercati stessi che hanno iniziato a produrre da soli.

Vendere, fare Pubbliche Relazioni, fare marketing, sono tutte azioni che bisogna fare in modo costante, senza stancarsi mai. Sono queste cose che ti permetteranno di ottenere risultati.

Sondaggi

In un'azienda qualsiasi, e a maggior ragione se si tratta di una Start Up, bisogna dare molta energia a tutte queste azioni. Bisogna sperimentare cosa funziona e cosa no, senza abbattersi quando non si ottengono risultati. Fa parte del ciclo delle cose. Fai sondaggi per capire cosa è richiesto e voluto dalle persone, e poi vendi e fai marketing in funzione dei dati che hai raccolto dal sondaggio. Attenzione che fare sondaggi non serve a capire che prodotto bisogna produrre, questo sarebbe un grave errore. Il prodotto deve arrivare dalla tua inventiva o dall'idea geniale di qualcun altro e dopo farai i sondaggi che ti serviranno per capire attraverso quali parole o frasi potrai andar a far presa sulle persone.

Immagina se Henry Ford avesse fatto un sondaggio per capire che prodotto è richiesto e voluto dalle persone prima ancora di produrre la sua l'automobile. Secondo te che risposta avrebbero dato? Probabilmente avrebbero chiesto delle carrozze a cavalli più veloci. Cosa avrebbe dovuto quindi produrre Ford? Una catena di montaggio di carrozze probabilmente. Invece ha iniziato la costruzione di Automobili su larga scala e i commenti di tutti erano che non servivano a niente perché c'erano già i cavalli.

Tutto questo per dire che i sondaggi sono fondamentali per capire cosa realmente è richiesto e voluto dalle persone ma non in termini di prodotto.

Tornando al discorso di prima, vedrai adesso che ti si staranno chiarendo alcune cose, cioè i passaggi importanti che bisogna fare per ottenere una vendita di un prodotto:

1. fare un sondaggio per capire cosa è realmente voluto e cercato dalle persone;
2. fare il marketing del prodotto usando le parole o "bottoni" a cui le persone sono sensibili;

3. vendere.

Come avrai visto tu stesso in tante realtà nella vita, anche se un'azienda ha un ottimo prodotto, se non fa pubblicità, marketing e se non s'impegna a vendere, non venderà.

Impara come fare, sperimenta, segui corsi da chi vuoi, ma sappi che bisogna saperlo fare e soprattutto è abbastanza semplice se sai come fare.

- Crea la tua attività in 5 mosse -

SOMMARIO

INTRODUZIONE.....	3
<i>A chi si rivolge questo libro.....</i>	<i>5</i>
<i>Come usare questo libro.....</i>	<i>6</i>
1. LA TUA STRATEGIA	11
CHI È L'IMPRENDITORE?	11
QUAL È LA QUALITÀ PIÙ IMPORTANTE?.....	15
CAMBIARE IL MONDO CON LE IDEE	21
<i>Dare conoscenza, informazione, istruzione.....</i>	<i>22</i>
<i>Una cosa vecchia fatta in modo nuovo:.....</i>	<i>23</i>
<i>Mettere insieme domanda e offerta.....</i>	<i>23</i>
<i>Ti pagano per darti ciò che ti serve</i>	<i>25</i>
<i>Che ti piaccia o no, avrai a che fare con internet.....</i>	<i>27</i>
FAI UN BUSINESS PLAN	30
<i>Cos'è un Business Plan?.....</i>	<i>32</i>
<i>Perché fare un Business Plan?.....</i>	<i>32</i>
<i>Verificare sulla carta che il progetto funzioni</i>	<i>32</i>
<i>Allinearsi tra soci.....</i>	<i>34</i>
<i>Ricerca investitori e finanziatori.....</i>	<i>34</i>
<i>Verificare la performance aziendale con l'avanzare del progetto.....</i>	<i>35</i>
<i>Come scrivere un Business Plan?.....</i>	<i>36</i>
<i>Cosa scrivere in un Business Plan?</i>	<i>37</i>
ESERCIZIO:	41
NEL BUSINESS DEVI AVERE S.T.I.L.E.	43
<i>Soldi</i>	<i>45</i>
<i>Tempo</i>	<i>46</i>
<i>Idee.....</i>	<i>48</i>
<i>Lavoro.....</i>	<i>48</i>

<i>Esperienza</i>	49
ESERCIZIO:	50
CREARE UN SISTEMA (ALLA FINE TE NE DEVI ANDARE)	53
LE TRE FASI CHE ATTRAVERSERAI	63
2. RISORSE UMANE.....	67
FACCIO TUTTO IO?	67
<i>Soci</i>	68
<i>Dipendenti</i>	70
<i>Freelance:</i>	71
<i>Outsourcing</i>	72
IL POTERE DELLO SCOPO	75
ESERCIZIO:	78
LA POTENZA DELLE STARTUP	79
VELOCITÀ CURVATURA.....	81
I NEMICI DELLA VELOCITÀ.....	84
3. LE 5 MOSSE DEL BUSINESS.....	87
CHI FA COSA?	89
LE 5 AREE	90
L'ORGANIGRAMMA	91
MOSSA 1 - DIREZIONE	92
MOSSA 2 - VENDITA.....	96
MOSSA 3 - FINANZE	98
MOSSA 4 - PRODUZIONE	99
MOSSA 5 - PROMOZIONE.....	101
AREE E SOTTODIVISIONI.....	103
PERCHÉ È IMPORTANTE MANTENERE SEPARATE LE AREE?.....	104
COME SUDDIVIDERSI I COMPITI?	107
ESERCIZIO:	109
IL LAVORO DEGLI ALTRI	111
ESERCIZIO:	113
4. PENSA A VENDERE.....	115

LA VENDITA	115
<i>Sondaggi</i>	120
NUOVI METODI DI VENDITA	122
<i>Vendita via internet</i>	122
<i>MLM</i>	124
LA CATENA DELLA VENDITA	129
<i>Comunica con i tuoi clienti</i>	129
<i>Comunicare e promuovere nel modo corretto</i>	130
<i>Rimanere in contatto con i tuoi clienti o prospettivi</i>	131
<i>Dare del valore che i clienti possano apprezzare</i>	131
<i>Alternare valore a offerte</i>	132
<i>Ripetere il messaggio di vendita più di una volta</i>	132
ESERCIZIO:	133
<i>Scegli il tuo stile di comunicazione</i>	134
<i>Trasformare un prospettivo in un cliente</i>	135
<i>Abbatere le barriere all'acquisto</i>	135
<i>La sequenza di vendita</i>	136
<i>Sei stato bravo e hai guadagnato un cliente. E ora?</i>	138
IL TUO BRAND, LA TUA VITA.....	140
<i>Devi essere il primo della classe</i>	142
<i>I business su internet e il marketing</i>	145
<i>La parola nella mente del cliente</i>	146
<i>Come scegliere il nome di un brand</i>	147
<i>Posizionamento</i>	151
<i>Il Logo</i>	154
<i>Pubbliche Relazioni e Pubblicità</i>	154
ESERCIZIO:	156
5. LE FINANZE	157
MI SERVONO SOLDI PER PARTIRE?	157
<i>Perché iniziare con meno denaro che puoi?</i>	158
<i>Il rischio imprenditoriale</i>	159
<i>Casi studio di aziende che sono partite con tanti soldi</i>	160

<i>Casi studio di business partiti con poco</i>	161
<i>Attento ai costi iniziali</i>	162
<i>Come ridurre i costi</i>	162
ESERCIZIO:	163
POCHE SANE REGOLE	164
<i>Cosa deve sapere un neo imprenditore, di tasse e fiscalità?</i>	166
<i>L'IVA</i>	166
<i>Cos'è l'IVA?</i>	167
<i>Può un'azienda recuperare l'IVA?</i>	167
<i>Altre Tasse</i>	168
<i>Accantona per i giorni di pioggia</i>	169
<i>Deposita prima di spendere</i>	170
<i>Non spendere prima di incassare</i>	171
<i>Mantieni la contabilità più semplice che puoi</i>	172
ESERCIZIO:	173
6. PRODOTTO E SERVIZIO	175
<i>L'UNICA COSA CHE NON FINIRÀ MAI</i>	175
IDEE GENIALI	177
REGISTRAZIONE MARCHI.....	179
I BREVETTI NELLA PRATICA	187
<i>Premessa</i>	187
<i>Da dove cominciare</i>	188
<i>La ricerca di anteriorità</i>	191
<i>Il brevetto nel dettaglio</i>	194
<i>La domanda</i>	196
<i>PCT</i>	197
<i>Brevetto Europeo</i>	198
<i>L'iter amministrativo</i>	198
<i>Conclusioni</i>	199
PRIMA SI VENDE POI SI PRODUCE.....	201
ESERCIZIO:	204
TIENITI D'OCCHIO	205

<i>Tieni le statistiche del tuo business</i>	205
<i>Come interpretare i dati?</i>	206
<i>A cosa servono le statistiche?</i>	207
ESERCIZIO:	209
7. PROMOZIONE	211
FATTI DEGLI AMICI	211
ESERCIZIO:	213
6 GRADI DI SEPARAZIONE	215
I SOLDI SONO NELLA LISTA.....	219
<i>DEM</i>	221
ESERCIZIO:	223
<i>Le considerazioni sul vendere e sul fare pubblicità</i>	224
<i>Sondaggi</i>	226
ESERCIZIO:	227
LA POTENZA DELLA RETE	229
<i>Attrai</i>	233
<i>Coinvolgi</i>	233
<i>Vendita</i>	233
<i>Facebook</i>	234
<i>YouTube</i>	242
<i>Altri social network</i>	246
<i>SEO</i>	246
ESERCIZIO:	249
8. CONCLUSIONI	251
PRATICA FINALE:	255
BIBLIOGRAFIA	259
<i>Bibliografia per brevetti</i>	259
SOMMARIO	261