



Crisi positiva e vantaggio competitivo

Capitalizzare l'esperienza che ha scosso il mondo

Crisi, recessione, ristrutturazione : parole abusate per descrivere – senza fantasia – una situazione economica che le aziende hanno subito, provocato, cavalcato. Fatto sta che ora ci stiamo facendo coraggio a vicenda e tentiamo di uscire dallo stato critico convincendoci con ottimismo che ormai il peggio è passato. Le aziende – sosteniamo – devono prepararsi ad affrontare il “dopo”, per cogliere l'attimo del vantaggio competitivo. Già, perché ormai viviamo in un mercato talmente veloce che ciò che rende un'azienda più concorrenziale dell'altra dura un istante, prima che la differenza venga copiata ed utilizzata a favore degli altri. A meno che...

...A meno che questo **vantaggio competitivo** non sia qualcosa di speciale, che diventi radicato nella cultura dell'organizzazione e ne rappresenti il fulcro, risieda nel DNA delle persone, renda l'azienda **“unica” nella sua diversità**, produca benefici a lungo termine.

Il vantaggio competitivo di cui parlo è visibile nello stile professionale della popolazione aziendale, nella leadership di chi guida, nella managerialità di chi gestisce, nella condivisione ed applicazione dei valori di chi agisce all'interno. Riconoscere ed evolvere i diversi – seppure efficaci – stili dei leader e dei manager che producono business, acquista valore esponenziale attraverso il **“coaching”**. La formula relazionale innovativa permea la cultura aziendale e procura il **vantaggio competitivo di lunga durata**, replicabile sì, ma con tempi lunghi e mai alla stessa maniera; dipende dall'impegno individuale dei singoli e dalla partecipazione sentita del conduttore principale. **Chi sta in cima, fa la differenza.**

In tempi complessi a causa di cambiamenti significativi, riduzione del business o improvvise variazioni ambientali, è imperativo che tutti quanti siano sintonizzati senza equivoci sugli stessi obiettivi: mantenere elevata motivazione ed energia (*senza farsi deprimere dal "cosa succederà alla mia poltroncina?"*), rendere agili le necessarie procedure (*evitando lacci e laccioli della burocrazia sospettosa*), ottenere risultati in modo efficace ed efficiente (*pensando più al business e meno a far bella figura*), contenere i costi (*mantenere le buone abitudini di recente necessaria acquisizione*), considerare le richieste dei clienti e rispondere adeguatamente (*sempre con un occhio al profitto, è ovvio*), collaborare (*obiettivi condivisi*), delegare (*non pretendere di far tutto da soli*), sviluppare gli altri (*senza paura che diventino più bravi di noi*). Sì, lo so, niente di nuovo in apparenza, a parole. Ma nei fatti?

Il coaching è una metodologia relazionale (che parte dall'individuo, verso capi, colleghi, collaboratori) che rende possibile **un'inversione concreta delle abitudini inefficaci**, basta volersi rinnovare con mente aperta e cuore disponibile. Il segreto del successo sta nell'accumulare nuove esperienze, utilizzando strumenti di facile apprendimento che permettano di pensare in modo diverso partendo da sé ed esplorando gli altri. A questo punto si acquisisce la conoscenza profonda di se stessi e del valore dei comportamenti per guidare gli altri, siano essi capi o colleghi, sviluppando i propri collaboratori con evidente efficacia.