



Periodi difficili richiedono misure difficili? Non è detto, se la tecnologia vi aiuta.

Mike Southon è un affermato imprenditore ed è il co-autore della nota collana di libri "Beermat Entrepreneur". È chiamato a tenere centinaia di conferenze ogni anno ed è consulente di start up e imprese di successo.

L'economia, modello "24 ore al giorno, sette giorni su sette"

Quando incontro responsabili di aziende nuove o già avviate, scopro che molte di esse hanno una filosofia "tribale": gli uffici tradizionali sono un lusso che viene spesso sostituito da una vita professionale nomadica, con frequenti soste nei bar o a casa.

Il telelavoro e la telefonia mobile, ovvero la possibilità di lavorare ovunque, anche presso un cliente, incentivano anche altre forme di risparmio ed efficienza. Ad esempio, diventa più semplice fornire costante assistenza al cliente, accedere ai listini prezzi più recenti, collaborare di più con i colleghi sui progetti.

Fatevi delle domande. Se avete appena venduto dei prodotti negli Stati Uniti, chi prenderà le telefonate per l'assistenza a notte fonda, e in che modo? Il vostro miglior venditore è seduto in ufficio al computer oppure è fuori con i clienti?

Già negli anni '80, quando fondai la mia azienda di training sull'informatica, non avevamo bisogno di un ufficio: tutto il nostro lavoro e la vendita si svolgevano presso il cliente e, in qualità di primo venditore, mi trattenevo troppo spesso in ufficio: avrei dovuto essere sempre fuori sede per ottenere i risultati migliori.

La tecnologia migliorava già a quei tempi la nostra efficienza e consentiva un lavoro flessibile e d'equipe. La nostra presenza nell'industria informatica negli anni '90 ci consentiva di sfruttare prima di altri le innovazioni tecnologiche. Tuttavia a quei tempi non pensavamo ancora di poter utilizzare tutti i nostri sistemi informatici anche da casa. Ad esempio, non era ancora possibile avere un unico numero di telefono che facesse suonare qualsiasi dispositivo prescelto, ovunque ci trovassimo. Le conferenze tramite web per la collaborazione su progetti in tempo reale erano, nel migliore dei casi, difficili da realizzare e inefficienti. Nel peggiore, un vero incubo. Parlo di un tempo in cui i cellulari e Internet erano appena apparsi. Invece ora tutto ciò è disponibile. Inoltre, ha anche un costo accessibile per le piccole imprese.

Imprenditori, frequentate esperti di tecnologia!

C'è un'altra cosa che mi preoccupa quando penso ai titolari di aziende alle prese con le nuove tecnologie. Per molti, di questi tempi, è impensabile avere uno staff IT a tempo pieno, e si cerca di diventare un po' più autosufficienti nell'uso degli strumenti informatici. Il problema è che gli imprenditori di solito se la cavano male con la gestione del proprio tempo. Lo so bene: sono anche io come loro. Siamo i primi a non sfruttare il potenziale della tecnologia, non investendo il nostro tempo per comprenderne l'uso per quanto riguarda i possibili utilizzi in azienda. Siamo bravissimi nell'acquistare gadget tecnologici, ma molto meno abili nel ricavarne il massimo valore.

Qualsiasi imprenditore di successo cerca qualcuno per aiutarlo ad elaborare le proprie idee. È quello che consiglio anche io: trovare un "guru dei sistemi", vale a dire un appassionato ed esperto utilizzatore di tecnologia che collabori con l'azienda, anche solo uno o due giorni al mese. Non dico che le nuove tecnologie siano complicate da utilizzare; al contrario, sono più semplici di prima. Ma non è detto che siate in grado di

avere tutta l'abilità richiesta per comprendere come usarla al meglio; magari siete bravissimi nella parte commerciale del vostro business ma potreste non essere la persona migliore nel definire come riorganizzare i processi per fornire assistenza ad un numero maggiore di clienti (solo per fare un esempio). Di sicuro, il vostro consulente IT di fiducia possiede tutti gli strumenti di cui avete bisogno per massimizzare l'efficienza dei processi di assistenza senza pericoli per i livelli di customer satisfaction, anche se magari sarebbe un pessimo decisore per ciò che riguarda gli aspetti commerciali su cui voi siete dei maestri. In altre parole, ecco un caso in cui le abilità sono complementari.

La lingua batte dove il dente duole.

Non importa chi sia il capo; nel momento in cui le aziende crescono, devono affrontare differenti sfide. Mi capita spesso di parlare delle società in termini di "germogli", "piantine" e "alberi": dalla piccola aziendina di due persone con una buona idea in testa, fino ad una società di trenta persone in rapida espansione. Durante tutta la fase di crescita avrete bisogno di strumenti di supporto per essere sempre a conoscenza dei processi di vendita o del flusso di cassa, e fare molta attenzione ad alcune scelte (come quella se comprare o noleggiare hardware e software, ad esempio).

Ciò nonostante, è nelle società più grandi che la comunicazione interna inizia spesso a presentare problemi: le persone lamentano mancanza di spiegazioni sulle attività lavorative o magari eccessi nella quantità di email interne. Inoltre, nel momento in cui le aziende acquisiscono più clienti, può peggiorare proprio quel tipo di servizio che li aveva inizialmente attratti. Infatti nei primi tempi ogni cliente si era abituato a interagire con la stessa persona in azienda e improvvisamente, nella fase di ampliamento, viene a mancare quel tipo di personalizzazione; i nuovi processi possono essere assolutamente corretti, ma tutto ha un prezzo.

Nelle mie consulenze, suggerisco agli imprenditori che forse è meglio non crescere troppo velocemente, e che è meglio mantenere il numero degli impiegati e dei clienti a livelli gestibili; invece, è opportuno aumentare i prezzi affinché riflettano il valore che fornite. In alternativa, è possibile assumere un manager proveniente da una grande azienda per il quale le vostre problematiche di crescita sono pane quotidiano.

Ci sono altri modi per ridurre gli effetti problematici della crescita? Certo: ci sono soluzioni intelligenti, come il telelavoro, il trasferimento di chiamata su differenti dispositivi e numeri e strumenti web avanzati per condividere le informazioni. Con queste soluzioni potete aumentare l'efficienza, ma anche risparmiare soldi e dare ai dipendenti libertà di movimento fuori dall'ufficio. I dati dimostrano che le persone sono più contente, e produttive, quando hanno questi strumenti a disposizione.

Le persone che incontro durante le mie consulenze sono di solito imprenditori con idee brillanti, tuttavia dico loro che non è l'idea che conta, bensì la loro bravura nel mettere insieme la squadra giusta per realizzarla. Nelle fasi iniziali dell'attività imprenditoriale, è fondamentale qualsiasi cosa riusciate a fare per mantenere motivato, unito ed efficiente il team. Indubbiamente chi usa la giusta tecnologia per la comunicazione avrà un vantaggio competitivo.

Boxout Sostitutivo

Uno studio condotto quest'anno dall'Istituto di strategy del Dipartimento di management della Bocconi, ha tracciato un identikit delle imprese in grado di far fronte alle sfide presentate dalla crisi economica. L'analisi, condotta su un campione di circa 500 aziende europee di dimensioni medio grandi, ha evidenziato l'importanza di investimenti sostenuti e costanti nel tempo in ricerca e sviluppo. Investire, quindi, in innovazione non solo di prodotto, ma anche sul miglioramento delle competenze interne dell'azienda e sulle proprie capacità di adattamento agli shock esterni, permette, unitamente al fattore del percorso di crescita dell'azienda stessa, di resistere ai momenti di crisi economica.

L'innovazione, come fattore di superamento della crisi, è anche al centro della recente analisi fatta dal Centro Studi di Unioncamere che evidenzia un trend positivo per il 2010 con riferimento alle PMI italiane. Più in dettaglio, essa registra un aumento delle PMI manifatturiere esportatrici (pari oggi al 69,2% del totale di quelle tra i 20 e i 499 dipendenti, a fronte del 61,3% dello scorso anno), con una quota di fatturato estero in media pari al 45% del totale. E poi l'innovazione: il 32,8% delle imprese dichiara infatti di aver investito nel 2009 e di aver intenzione di continuare ad investire anche il prossimo anno. A questa quota già consistente si può aggiungere un ulteriore 16,9% di imprese che, dopo aver investito nel 2009, nel 2010 cercherà di far fruttare le proprie innovazioni ma non pensa di procedere ad ulteriori investimenti. Un altro 7,9% di imprese, invece, dopo un atteggiamento cauto nel 2009, intende procedere a nuovi investimenti nel 2010. In sostanza, se il 2010 porterà un miglioramento dell'andamento dell'economia mondiale nazionale, si dovrà anche all'iniezione di innovazione e di intraprendenza delle nostre aziende del Made in Italy.