

GESTIONE D'IMPRESA

di **LORENZO LOSI****La pozione per il successo**

Una formula in continuo sviluppo e ogni azienda o studio professionale ha le proprie sfide a cui fare fronte, ma esiste un comune denominatore? Vediamo in questo articolo qual è l'ingrediente segreto.

Poter **evitare di cambiare è un lusso**. E' un lusso che ci si può concedere per poco tempo e normalmente solo a seguito di tanta fatica: quella che è stata necessaria a portarci dove siamo. Permettersi il lusso di non cambiare significa infatti aver trovato la formula vincente, o buona abbastanza da garantirci i risultati che vogliamo come condensato di conquiste professionali, economiche e personali.

Eppure, non ho mai conosciuto nessuno che si definisse pienamente soddisfatto. Certo, nella vita ci sono i traguardi, ma non **punti di arrivo**. Ne è dimostrazione il fatto che ognuno di noi saprebbe immediatamente esprimere almeno un desiderio, un desiderio che, se realizzato, gli permetterebbe di " *stare meglio* ". Ecco, il lusso di poter non cambiare lo ha solo chi non può stare meglio.

Nella vita di un'organizzazione possiamo riscontrare la stessa dinamica. Il lusso della staticità lo ha solo chi è in possesso della " *pozione per l'eterno successo* ". Ma di pozioni magiche non ne esistono, e neanche **CocaCola**, che pure la formula vincente sembra averla azzeccata da anni, è così ingenua. CocaCola sa che deve incessantemente reinventarsi: una quota significativa del proprio fatturato è spesa in R&D e una parte ben più significativa è reinvestita ogni anno per difendere e guadagnare market-share. Perché a ogni traguardo raggiunto, lo sguardo viene rapito dall'orizzonte, dove si intravedono nuovi e più ambiziosi obiettivi da raggiungere.

Per operare efficacemente in qualunque contesto bisogna trovare una ricetta per rispondere alle tante sfide e opportunità che lo stesso contesto ci presenta. Se un'organizzazione non **impara a cambiare**, presto o tardi, progressivamente o bruscamente, la " *formula vincente* " di due anni fa sarà resa obsoleta dalle nuove richieste del mercato. Cambiare, adattarsi, evolversi, sono parte del corredo genetico di ogni impresa capace di passare il test del tempo. E CocaCola lo sa bene.

Il settore degli studi professionali è oggi chiamato ad affrontare questo test: **il test del tempo**. La tecnologia che avanza a passi di gigante, lo spostamento della domanda verso attività a valore, i cambi normativi, sono tutti fenomeni che contrassegnano le due recenti decadi, e che richiedono attenzione totale e dedicata. Molti studi hanno preferito chiudere un occhio e fingere che i cambiamenti di cui sopra non interessassero la loro realtà. Eppure, fa parte dell'essere un buon imprenditore **occuparsi dell'oggi e del domani** della propria azienda. E il futuro può essere garantito solo nel momento in cui si comprende l'oggi, e nell'oggi ci si arma per affrontarlo.

Certo, nella gestione del cambiamento d'impresa abbiamo una sfida importante da superare: dobbiamo **coinvolgere " gli altri "**. E questa parte è spinosa nonché fonte di frustrazione, ma è la difficoltà stessa che rende il traguardo meritevole. Sia perché non è da tutti raggiungerlo - il che aggiunge pepe alla sfida - sia perché essere nella piccola percentuale che ce la fa, determina un vantaggio competitivo che ci stacca dalla massa oggi e ci renderà difficilmente raggiungibili domani.

Una piccola percentuale di ogni mercato sta molto meglio di tutti gli altri ed è composta da **coloro che hanno capito le regole del gioco**. Hanno capito che il mercato va previsto e seguito. Hanno capito che il cambiamento è una priorità e soprattutto hanno capito che il cambiamento non avviene per caso, ma grazie a risolutezza, impegno, e determinazione. Se avete il piacere di conoscere qualcuno in questa cerchia, o addirittura di farne parte, provate a studiare la loro "pozione" per il successo. Potete stare certi che troverete la cultura del cambiamento tra gli ingredienti principali.