

#1
Maggio 2019

www.perevolvereinrete.org

f www.facebook.com/PerEvolvereInRete/



Direttore responsabile: Lorenzo Muccioli
Coordinamento editoriale: Lorenzo Muccioli
In redazione: Romina Mattoni
Editore: Associazione Resilienza Territoriale
Progetto grafico: Giulia Violanti
Progetto tipografico: Modulitalia

PEREVOLVERE NEWS



il giornale

DEGLI IMPRENDITORI PER GLI IMPRENDITORI

Cosa ti serve per far crescere il tuo business? **Scopriilo con noi**



Lorenzo Muccioli (Giornalista)

Partiamo da un dato.

Le ricerche ci dicono che nel 2028 solo il 4% delle aziende oggi esistenti supererà i 10 anni di vita e continuerà a crescere. Una prospettiva allarmante, vero? Prima che ti strappi i capelli, però, ho una buona notizia: **esiste un modo per rimanere a galla e salvarsi dal naufragio.**

Nessun trucco, nessuna formula segreta. Bastano tre parole: fiducia, credibilità, reputazione. Memorizzale bene, perchè saranno il tuo salvagente in mezzo alla tempesta, i pilastri su cui ogni azienda proiettata nel futuro dovrebbe poggiare.

VUOI CAPIRE COME FARE
PIÙ AFFARI IN MENO TEMPO?

BUSINESS
TASTING
EDIZIONE SPECIALE

29
GIUGNO 2019

PALACE HOTEL
SAN MARINO
Via Cinque Febbraio, 47899
Serravalle, San Marino

leggi l'articolo a PAG 19/20



L'intervista

IL GENIO DELLA FORMAZIONE DIGITALE CI SVELA I SUOI SEGRETI

Francesca Capellini, project manager operativo del Gruppo FCA - Fiat Chrysler, a capo di un progetto di formazione che coinvolge 50mila utenti, aiuta imprenditori e professionisti ad ottimizzare il loro tempo, moltiplicando le occasioni di business e ottenendo il massimo con il minimo sforzo: ecco i suoi strumenti.

Pagina 3

La rubrica

IL NOSTRO TEST SULLA RESILIENZA

Scopri quanto sei resiliente rispondendo alle nostre domande: sei consapevole dei tuoi obiettivi e disposto ad impegnarti per raggiungerli?

Hai fiducia negli altri e puoi contare sul loro sostegno quando ne hai bisogno? Somma i punti ottenuti e trova il tuo profilo.

Pagina 23



Faccia a faccia con il sindaco

MIMMA SPINELLI

La prima cittadina di Coriano pronta a supportare gli imprenditori del territorio:

"Amministrare un ente pubblico è un po' come gestire un'azienda: per volare in alto dobbiamo puntare sui nostri collaboratori e imparare a valorizzare le loro peculiarità. Vogliamo mettere in rete le persone che fanno business, creando un valore aggiunto per la nostra realtà".

Pagina 13

La rubrica

L'OROSCOPO DELL'IMPRENDITORE

In che modo i segni zodiacali possono influire sul modo in cui conduciamo trattative, affrontiamo le nuove sfide e i cambiamenti? Scopriilo insieme alla nostra esperta Romina Mattoni.

Pagina 9

IL PROGETTO

Un progetto fatto di persone, sogni e obiettivi condivisi



Davide Venturi
creazione/ampliamento
rete aziendale di partner



**Dott.ssa
Natascia Putrone**
relazione di team



**Dott.ssa
Paola Aronne**
esperta di relazioni di fiducia
specializzata nel sviluppare
più fatturato in meno tempo



**Dott.ssa
Francesca Capellini**
Gestione del tempo, organizza-
zione e gestione delle compe-
tenze personali e professionali



Roberto Caporale
sistema di marketing e
digitalizzazione dei pro-
cessi



**Dott.
Alessandro Carozzo**
sviluppare e creare la
propria cultura ed i valori
aziendali



**Avv.
Pietro Maria Di Giovanni**
come rendere sicura a li-
vello legale l'azienda che
vuole crescere



Luca Braggion
come sviluppare più ve-
locemente la capacità di
apprendere cose utili



Francesca Gammicchia
negoziazione, dibattito e
public speaking profes-
sionale



Veruska Gennari
leadership positiva



Daniela di Ciaccio
leadership positiva

**I NOSTRI
MENTORI**

DIAMO VOCE AGLI IMPRENDITORI

Nascere 'PerEvolgere News', un social network cartaceo per chi vuole mettersi in gioco e non ha paura di affrontare le sfide



(...segue dalla prima)

In un mondo sempre più digitalizzato e social, sono convinto che occorra promuovere un ritorno alle origini, ai buoni valori aziendali di una volta, quando non esistevano tablet, smartphone e videoconferenze, quando una stretta di mano contava più di qualsiasi altra cosa.

È da questo presupposto che nasce 'PerEvolgere News'. Una nuova avventura a metà strada tra il blog virtuale e la classica rivista.

Un social network 'cartaceo' dedicato ad imprenditori e professionisti. Sfolgiando queste pagine troverai consigli e suggerimenti per dare una svolta al tuo business: imparare a gestire e potenziare la rete di relazioni, moltiplicando le occasioni di fatturato, sviluppare una solida cultura imprenditoriale, allenare ed affinare i tuoi talenti (e scoprirne di nuovi). Ad accompagnarti in questo percorso, ci saranno i mentori di 'PerEvolgere in Rete': figure che hanno imparato dai propri errori, tramutandoli in oro, e che ora vogliono condividere il know how acquisito.

to dai propri errori, tramutandoli in oro, e che ora vogliono condividere il know how acquisito.

Queste pagine racchiudono un condensato di quelli che sono i temi principali dei seminari di 'PerEvolgere in Rete' (in fondo a questa edizione troverai il programma dei prossimi appuntamenti): scoprirai, ad esempio, qualche utile dritta per la creazione e la gestione del team, dei semplici accorgimenti per sfruttare al meglio il tuo tempo e generare più affari, sviluppare una leadership positiva e potenziare il tuo marketing.

“
In un mondo sempre più social, credo che occorra promuovere un ritorno alle origini, ai buoni valori aziendali di una volta

Ma 'PerEvolgere News' non vuole soltanto essere una guida o un vademecum.

Come abbiamo già detto, i protagonisti saranno proprio imprenditori e professionisti come te, con le loro storie, i loro successi (e insuccessi), le loro cadute e risalite.

Vogliamo, prima di tutto, dare voce a chi oggi, in Italia, sfidando ogni giorno crisi, burocrazia e mille difficoltà, continua a mettersi in gioco per costruire qualcosa di grande.

Eroi moderni, con il loro bagaglio di sogni ed ambizioni, con la loro umanità e i loro sbagli, che sono stati capaci di trasformare le fragilità in talenti.

Ogni tre mesi torneremo a raccontare nuove storie e nuovi personaggi: perciò fatti avanti, perché

'PerEvolgere in Rete News' aspetta solo te.

Lorenzo Muccioli, *Giornalista*



Francesca Capellini (Gestione del tempo, organizzazione e gestione delle competenze personali e professionali)

Project manager operativo gruppo FCA – Fiat Chrysler Automobile: mi occupo di progetti di formazione online a livello globale in 14 lingue

CHI SONO?

Un'emiliana vagabonda che ha dedicato la sua vita alla crescita del prossimo.

PERCHÉ LEGGERMI?

Perché con piccoli consigli si possono imparare alcuni semplici trucchi per organizzare al meglio il proprio tempo e ritrovare il sorriso.

PERCHÉ CREDERMI?

Perché sono la dimostrazione che questo metodo funziona.

“COSÌ SONO DIVENTATA UNA GUIDA PER 50MILA PERSONE”

Chi è Francesca Capellini?

«Mi definisco un'emiliana 'vagabonda'. Nella mia vita ho macinato migliaia di chilometri, ma resto sempre affezionata alla mia terra di origine.

In PerEvolvere svolgo il ruolo di mentore per la gestione del tempo e l'automazione dei processi di lavoro, dando valore soprattutto alle persone.

Dopo la laurea in Scienze della formazione e un successivo master in general management, sono entrata come consulente nel gruppo FCA – Fiat Chrysler Automobile, occupandomi di progetti di formazione.

Da cinque anni sono project manager operativo dell'intero gruppo e curo le attività di sviluppo per i progetti di formazione online a livello globale in 14 lingue. Parliamo di quello più recente: una metafora virtuale del mondo reale ed aziendale, una sorta di gioco basato sul concetto di gamification, la formazione attraverso l'utilizzo di dinamiche di gioco, che al momento coinvolge ben 50mila utenti.

L'idea è quella di sviluppare processi di learning digitale attraverso la componente ludica, aiutando gli utenti, e quindi i dipendenti dell'azienda, ad accrescere le proprie skill personali e a rafforzare i rapporti interpersonali con il team.

Un progetto che rispecchia due diverse componenti della mia personalità: l'anima più 'nerd' e giocosa e la mia inclinazione naturale per la didattica».

Raccontaci, in cifre, la tua carriera.

«2 lauree, 1 master, 100 ore di corsi progettati, 3mila persone in aula, 12 team di lavoro coordinati, 30 progetti sviluppati nel campo del learning digitale, 50mila utenti coinvolti, 7 milioni di euro di formazione progettata, ge-

stata e sviluppata. Per quanto riguarda la mia vita privata: ho visitato 21 paesi del mondo (e 73 sono ancora in lista), 77.945 km di viaggi percorsi per curiosità e voglia di scoprire dal 2012 a oggi, 1275 libri letti».

Qual è l'obiettivo del tuo lavoro?

«Credo, anzitutto, che un lavoro non sia degno di tale nome se non è in grado di farmi divertire. In quello che faccio cerco di trovare continuamente nuovi stimoli e occasioni di conoscere qualcosa di nuovo.

Il mio compito consiste principalmente nel trasmettere alle persone un metodo e degli strumenti per non rimanere soffocati dagli impegni quotidiani. Spesso arriviamo a sera con l'impressione di non avere fatto nulla per noi stessi.

La verità è che possiamo assimilare degli schemi mentali e delle automazioni che ci aiutano ad ottimizzare il nostro tempo, ritagliandoci dei momenti per hobby, passioni, per praticare uno sport o anche semplicemente per ozio. Non c'è nulla di male nell'ozio, anzi, nell'ozio possiamo trovare momenti di profonda riflessione e confronto con noi stessi.

Persino alcune tra le persone di maggiore successo al mondo, da Elon Musk a Richard Benson, hanno capito che è controproducente rimanere barricati per 24 ore in ufficio e sanno bene come 'spassarsela'.

L'apprendimento, in questo processo, svolge un ruolo chiave: non smettiamo mai di imparare, nemmeno nel nostro ultimo giorno di vita».

Quali tecniche adotti nello svolgere il tuo lavoro?

La mia professione non mi porta ad occuparmi solamente degli aspetti tecnici, ma anche della forma mentis delle

persone. Ci sono abitudini che possono aiutarci ad impostare meglio il nostro lavoro. Per prima cosa dobbiamo porci degli obiettivi chiari, dei contorni entro i quali siamo capaci di stare. La seconda è riuscire a distinguere cosa è veramente importante ed urgente e ciò che invece ci impegna senza però essere necessario in quel determinato momento.

Dopo aver fissato le cose su cui vogliamo focalizzarci, dobbiamo comprendere qual è il momento migliore della giornata per poterle fare in assoluta libertà, isolandoci dal resto del mondo.

Altro consiglio utile: non facciamo mai prendere dal panico, ma cerchiamo di restare tranquilli, perché abbiamo pianificato e organizzato il nostro lavoro nel migliore dei modi. Teniamo, nel nostro calendario, degli spazi di emergenza in cui poter svolgere le attività che si presentano in caso di ritardi ed emergenze. Può anche capitare di essere troppo stanchi per poter lavorare oppure sovraccarichi di informazioni ed incombenze che ci mandano in tilt il cervello: quel che consiglio è di fermarsi per cinque minuti - cinque minuti cronometrati! - sederci e svuotare la testa, chiudendo gli occhi e, perché no, schiacciando un breve pisolino. Oppure possiamo indossare le cuffie e ascoltare, per un quarto d'ora, delle canzoni, magari passeggiando per la stanza, così da ossigenare la nostra mente.

Cosa significa per te la parola 'cambiamento'?

«Il cambiamento è tutta la mia vita. Cambiamento, nel lavoro, significa non fossilizzarsi mai su quello che facciamo, ma essere pronti ad affrontare delle sfide, a rischiare, magari abbandonando un posto sicuro per abbracciare nuove professioni».

NATASCIA PUTRONE



Il nostro obiettivo è quello di portare gli imprenditori locali ad evolvere, per portare benessere, cultura, ricchezza al nostro territorio. Un buon manager, un buon imprenditore, ha il dovere di coinvolgere il collaboratore in un percorso formativo che dia la possibilità di migliorare se stessi, proprio accedendo alle risorse interne del collaboratore stesso

Costruire un team di successo!

L'essere umano è estremamente complesso.

I rapporti fra le persone hanno una base comune però: il rispetto e la fiducia.

In una società dove troppo spesso siamo stati abituati alla competizione come unica forma di **#CRESCITA**, propongo un modello diametralmente opposto.

Perché?

Perché non vince nessuno quando entriamo in competizione. Questa è la realtà, una realtà che portiamo dentro di noi, da tanto, ma che in realtà non ha mai portato nient'altro che sfiducia negli altri e in noi stessi.

Ho un vissuto familiare in cui la competizione ha rischiato di compromettere molto la mia visione del mondo, per questo ho scelto di studiare i significati più profondi della **#CO-OPERAZIONE** e della collaborazione, in tutti i suoi benefici.

Durante il mio cammino mi sono ritrovata ad assistere a momenti di estrema collaborazione, durante il tempo dello scoutismo, durante il periodo scolastico, durante il periodo universitario, fino a scegliere di portare il modello evoluto cooperativo all'interno delle aziende.

Oggi il lavoro ricopre grandissima parte della nostra vita e sono convinta che ci sia un obbligo morale di chi è imprenditore, alla formazione e all'evoluzione dei propri collaboratori.



Oggi si parla molto di azienda etica, ma cosa significa? Quali sono le verità nascoste in queste aziende?

Una immensa attenzione ai collaboratori!

Alla loro qualità di vita, alla qualità delle relazioni fra di loro, alla qualità della loro formazione continua.

Da queste premesse siamo partiti, durante la prima giornata di corso.

In particolare c'è un elemento su cui abbiamo portato la nostra attenzione, ovvero i pregi e i difetti.

Nel momento in cui collaborazione e rispetto entrano

all'interno dell'azienda, portano con sé un movimento di sostegno nei confronti di tutte quelle difficoltà che il collaboratore mostra.

In genere per gli adulti è molto difficile, in sede lavorativa, ammettere le proprie mancanze, l'errore, la fragilità, non sono ammesse.

Questo significa non poterci lavorare.

Un buon manager, un buon imprenditore, ha il dovere di coinvolgere il collaboratore in un percorso formativo che dia la possibilità di migliorare se stessi, proprio accedendo alle risorse interne del collaboratore stesso.

So bene che la quantità di lavoro che un ruolo dirigenziale impone è tanta, ma non possiamo pensare di volere un'azienda di **#ECCELLENZA**, prima sul mercato, un locale strapieno di clienti...se non ci occupiamo di migliorare costantemente la qualità dei nostri collaboratori.

Tutto questo i paesi oltralpe l'hanno già ben compreso, infatti la figura del consulente alle risorse umane è una figura presente 365 giorni l'anno.

Socrate diceva: conosci te stesso, e aveva pienamente ragione, un buon imprenditore conosce se stesso, i propri limiti, i propri pregi, le proprie risorse, ma anche le proprie paure.

Se così non fosse, sarebbe estremamente difficile conoscere i propri collaboratori, figuriamoci sostenerli nei processi di cambiamento che oggi sono imposti alle aziende!

Durante la nostra lezione, abbiamo giocato, perché giocando togliamo le maschere, tutti diventiamo più **#AUTENTICI**, perché giochiamo con il corpo, ed il corpo è un grande e saggio maestro.

Abbiamo fatto giochi legati alla fiducia, ci siamo appoggiati l'uno all'altro, cercando un equilibrio che ci desse la possibilità, di sentire la nostra presenza nella relazione, ma anche di accogliere l'energia dell'altro, appoggiato a noi.

Gioco simbolico, che ci racconta l'esperienza che ogni giorno viviamo nel processo di relazione con il gruppo di collaboratori.



Ma non ci siamo limitati all'uso del corpo, abbiamo creato due gruppi e ognuno, utilizzando un grande foglio bianco, ha dato libera espressione con colori a tempera, creando un prodotto di **#GRUPPO**.

È stato importante vedere come un gruppo si è mischiato, creando un girasole enorme, dove i vari componenti del gruppo lavoravano per rendere bellissimo il loro fiore, mentre l'altro gruppo ha creato un prodotto dove l'identità di ognuno è rimasta perfettamente visibile.

Tanti disegni distinti in un unico foglio...

Ecco anche qui, la simbologia è tanta...

Ci sono gruppi dove i ruoli non sono ben distinti, ma si punta all'obiettivo e ognuno fa la propria parte, al massimo delle proprie possibilità, poi ci sono gruppi che hanno una forte necessità di ruoli ben definiti! Ma che uniti nel rispetto dell'identità di ognuno, arrivano a realizzare il progetto.

PerEvolvere è esattamente un mix di tutto questo, perché nasce da una mente estremamente visionaria, da un brodo primordiale, da un flusso di coscienza di una persona, Paola Aronne, per poi trovare il suo grande successo nell'identità di ogni mentore... tutti con un unico obiettivo, quello di portare gli imprenditori ad evolvere, per portare benessere, cultura, ricchezza al nostro territorio.





IN DIFESA DEGLI IMPRENDITORI

Il nemico numero uno delle vendite: IL DUBBIO

Il mondo dei consumi è un settore in costante evoluzione, che forse più di molti altri risente di un numero infinito di variabili: il benessere sociale, il clima politico, l'incidenza dei media, le scoperte scientifiche e, perché no, anche la moda.

D'altronde quando parliamo di "consumi" non intendiamo un vero e proprio segmento di mercato, piuttosto definiamo la quasi totalità di un paniere fatto di servizi e prodotti di uso comune.

Cercando di limitare il campo alle categorie più dirette, è possibile affermare che il mercato dei prodotti di prima necessità e i servizi per il **#BENESSERE** del cittadino comporti una costante evoluzione proprio perché si basa sulle esigenze-base del consumatore.

Prendiamo due esempi caratterizzanti: i prodotti alimentari e i servizi per la telefonia. In entrambi i casi parliamo di due settori che coinvolgono in maniera diretta i consumatori in una scelta di cui non possono fare a meno, cioè mangiare e comunicare.

Al netto del bisogno, però, gli stessi **#CONSUMATORI** opereranno delle scelte ben precise basate sui gusti, le esigenze, le possibilità e più in generale basate su tutte le informazioni di cui sono in possesso al momento dell'acquisto.

Queste informazioni, tuttavia, possono essere un'arma a doppio taglio.

Nel caso della telefonia, per esempio, la proposta attuale è a dir poco variegata: la maggior parte delle compagnie offre tariffe apparentemente simili fra loro, tutte provviste di servizi cari al cittadino come il traffico dati, quello telefonico, ma anche vantaggi di pacchetti in combinazione come pay-tv o app musicali. I prezzi sono piuttosto livellati, con variazioni che nella maggior parte dei casi non costituiscono un vero e proprio ostacolo all'acquisto.

Nel mondo alimentare, poi, la livella è ancora più equilibrata: qualsiasi prodotto presente sullo scaffale dei supermercati è proposto in un numero praticamente infinito di varianti, che a loro volta si suddividono ulteriormente distinguendosi per modalità di produzione, valori nutrizionali, elementi "Rich in" (come i cibi ricchi di Omega 3) o viceversa "Free From" (come gli alimenti senza glutine).

Per lo più, tutti gli alimenti inseriti nel canale della grande distribuzione godono anche di una massiccia campagna pubblicitaria alle loro spalle, che rappresenta un vero e proprio "bombardamento mediatico" che sollecita i consumatori ogni giorno su tv, giornali etc.

Questo scenario, figlio a tutti gli effetti dell'era moderna e di quella che può essere definita come "epoca del consumo di massa", non è esattamente la condizione ideale per la capacità di scelta del consumatore.

Quest'ultimo, letteralmente colpito da input di ogni genere del tutto simili ai precedenti e presumibilmente anche ai successivi, si trova a dover operare scelte difficilissime dettate dalle troppe opzioni a disposizione.

Quali sono le conseguenze per una dinamica del genere? Ce ne sono diverse: in primo luogo l'eccesso di scelta genera perdita di attenzione, da parte del cliente, verso gli aspetti più importanti del **#PRODOTTO**. Il rischio è quindi quello di sottovalutare caratteristiche nutrizionali di un alimento o viceversa ignorare servizi più convenienti nelle tariffe telefoniche delle compagnie meno pubblicizzate.

In secondo luogo, l'eccesso di scelta riduce drasticamente il tempo dedicato alla stessa. In altre parole, un consumatore (ma anche un professionista alle prese con la selezione dei propri fornitori, tra b2c e b2b il concetto non cambia) inconsciamente invece di allungare i tempi di riflessione tende a suddividere il tempo a sua disposizione per valutare un acquisto, ripartendolo fra le opzioni a sua disposizione.

Infine, dettaglio ancor più importante dei precedenti, un potenziale cliente alle prese con molte possibilità di scelta tenderà a fare quella sbagliata o, verosimilmente, ad avere

la percezione che lo sia. Siamo psicologicamente portati a valutare i nostri acquisti in relazione alle cose che abbiamo rinunciato a comprare, vien da sé quindi che in un panorama "multi-scelta" il tasso di insoddisfazione cresce esponenzialmente.

Senza contare che a tutto questo fa da sfondo un'informazione multipla ma frammentaria, spesso imprecisa e soprattutto "contaminata" dai messaggi commerciali tutt'altro che superpartes. Nel 2019 le informazioni ricavate da una semplice ricerca sul web non è in nessun modo sufficiente per la valutazione dell'acquisto di un prodotto o servizio.

Qual è il fattore dominante, quello più importante che guida **#L'ACQUISTO** nella moderna era tecnologica in cui viviamo dunque? Uno solo: il dubbio.

La possibilità di acquistare il bene di minor pregio, meno genuino, meno conveniente o meno innovativo genera un senso di incertezza nella mente del potenziale acquirente destinato a non essere mai del tutto risolto. Per superare quel senso di malessere dato dal dubbio, il cliente, nella maggior parte dei casi, sceglierà in base a criteri rigorosi ma del tutto arbitrari: il prezzo più basso, la **#PROMESSA** più grande, il brand più "storico", il prodotto o servizio maggiormente pubblicizzato.

Il tentativo di sconfiggere il dubbio nell'acquisto da parte del consumatore è, 9 volte su 10, affidarsi a prodotti che ha visto maggiormente in tv o sui giornali. Con buona pace della qualità, della reale convenienza e dei vantaggi tangibili per l'acquirente.

A farne le spese tuttavia non sono i destinatari di questo genere di prodotti, ma anche le aziende stesse: non di rado realtà imprenditoriali **#VIRTUOSE**, che fanno della cura del cliente il mantra della professione, seppur proponendo prodotti più che validi sono costretti a cedere il passo ai competitor più attrezzati dal punto di vista finanziario e quindi mediatico.

Come editore del Salvagente, rivista leader nei test di laboratorio contro le truffe ai consumatori, sono da sempre dalla parte dei consumatori ma anche, corrispondentemente, dalla parte delle aziende virtuose che a volte faticano ad emergere in un mercato sempre più competitivo ed esigente. I continui scandali nel mercato Food e No Food, in questo senso, non giocano certo a favore di una serenità d'acquisto da parte dei consumatori.

Per far fronte a questa problematica, sempre più sentita da parte dei cittadini che ogni giorno affollano le caselle email della redazione con i loro legittimi dubbi d'acquisto, abbiamo messo a punto uno strumento unico in grado di fare la differenza in positivo: la Certificazione "Zero Truffe" del Salvagente.

Questo attestato è riservato alle aziende che desiderano affrontare un processo di test e di analisi del proprio prodotto o servizio gestito da **#LABORATORI CERTIFICATI** Accredia, con cui collaboriamo abitualmente per i Test che pubblichiamo e che sono in grado di accertare la superiorità rispetto alla media dei beni proposti al consumatore finale o, in caso di segmenti b2b, alle altre aziende.

Grazie al certificato "Zero Truffe" il potenziale acquirente è in grado di identificare in modo immediato il prodotto migliore perché differente in maniera evidente. L'elemento differenziante ma non sempre evidente che distingue le aziende migliori da tutte le altre è quello di considerare il proprio lavoro e il proprio prodotto/servizio come "utile" al cliente perché soddisfa un suo reale bisogno; dove in sostanza non ci sia soltanto un obiettivo di guadagno ma anche uno scopo etico.

La certificazione "Zero Truffe" consegna all'azienda che supera i test anche un codice identificativo, da apporre sul packaging o sulla comunicazione online/offline, che rimanda ad una pagina online con tutti i risultati dei test effettuati, generando un rapporto fiduciario di totale trasparenza fra chi vende e chi acquista, e mandando di fatto in pensione il famigerato spettro del dubbio anti-acquisto.

Ottenere la Certificazione del Salvagente non è affatto semplice: il processo di analisi è stringente in misura proporzionale ai vantaggi, in termini di vendite, ottenibili una volta conseguita. Per saperne di più basta consultare il sito www.zerotruffe.it e leggere tutte le informazioni, fra cui le iniziative speciali come l'analisi personalizzata del brand attualmente gratuita per le aziende che desiderano avviare senza impegno l'iter di certificazione.



MATTEO FAGO

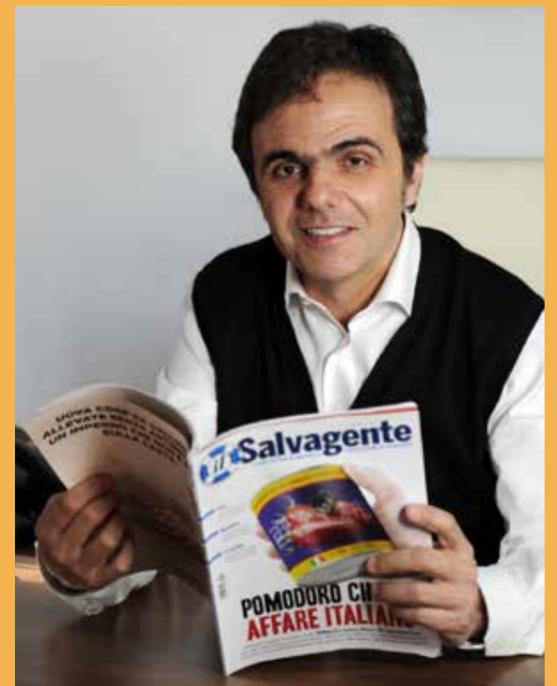
“

Nel 1995, insieme a tre amici, Matteo Fago creò una delle prime start-up italiane: Venere.com.

È quindi grazie a lui se oggi possiamo avvalerci dei sistemi di prenotazione online che tanto ci hanno cambiato la vita.

Oggi, dopo un entusiasmante cash-out di qualche anno fa, Matteo è impegnato in diverse attività imprenditoriali, in particolare è proprietario della rivista "Il Salvagente", rivolta ai consumatori italiani e alle aziende italiane virtuose per le quali ha inventato la certificazione del Salvagente "Zero Truffe", e contribuisce allo sviluppo di diverse startup tramite la sua attività di consulenza e di Angel Investor.

Dal gennaio 2019 fa parte del board di Endeavor Italia, associazione no-profit che ha lo scopo di individuare e aiutare imprenditori virtuosi ad espandere la loro attività a livello internazionale.»



Quando inizi a lavorare con una squadra devi lasciare che il team vada avanti per conto suo. E alla fine devi tutto a loro.

Michael Schumacher

Hai raggiunto il successo nel tuo campo quando non sai se quello che stai facendo è lavoro o gioco.

Warren Beatty

Coloro che vogliono essere leader ma non lo sono dicono le cose. I bravi leader le spiegano. I leader ancora migliori le dimostrano. I grandi leader le ispirano.

Anonimo



LUCIANO ZANOTTI
Energreen

chi sono? un manager diventato imprenditore alla soglia dei 50 anni.

perché leggermi? perché in poco tempo ho creato un'azienda da 2 milioni di fatturato.

perché credermi? perché quando ho in testa un obiettivo non mi fermo davanti a niente.

Ciao Luciano. Parli della tua azienda.

«Energreen nasce nel 2010 a San Marino ed è specializzata nella diffusione di impianti fotovoltaici e di soluzioni per il risparmio energetico. In questi anni abbiamo realizzato circa 700 installazioni. Oggi siamo un gruppo da 2 milioni di euro di fatturato all'anno, ma tutto questo non sarebbe mai stato possibile senza un **#TEAM** consolidato ed unito. Da un lato ci stiamo impegnando a cercare nuovi mercati con l'obiettivo di crescere ulteriormente, dall'altro teniamo molto ai rapporti interni e cerchiamo di fare il possibile per rafforzarli e cementarli. Vorremmo trasmettere a chi lavora con noi la voglia di stare insieme e di contribuire alla realizzazione di un obiettivo comune».

“
La nostra crescita non sarebbe stata possibile senza un team unito e consolidato

Come riesci a trasmettere empatia ai tuoi clienti e ai tuoi collaboratori?

«Fondamentalmente è tutta una questione di **#TRASPARENZA**. C'è poco da fare: prima o poi i nodi vengono sempre al pettine. Per questo motivo è importante avere dei rapporti chiari fin da subito, soprattutto se parliamo di una piccola realtà come quella di San Marino. Senza la massima trasparenza e serietà non saremmo mai riusciti a crescere così tanto in poco tempo. Lo stesso principio va applicato anche nei rapporti con le altre aziende. In Energreen possiamo contare su una rete di partner molto ramificata, ma cerchiamo sempre il modo di ampliarla attraverso la partecipazione ad eventi di networking».

LA MIA FOLLIA PIÙ GRANDE? DIVENTARE IMPRENDITORE

Andrea Conti

Parla il fondatore di Big Rocket: "Non mi interessa la comunicazione a distanza: se necessario sono pronto a percorrere anche 300 chilometri per raggiungere il mio cliente: solamente così si riescono a raggiungere traguardi importanti"

Ciao, Andrea. Parli della tua azienda.

«Big Rocket è un'agenzia specializzata nella creazione e nel lancio di nuovi brand oppure nel ri-posizionamento di aziende già esistenti per differenziarsi dai competitors e aumentare le quote di mercato. Al nostro interno abbiamo anche un campo di addestramento per manager ed imprenditori: una scuola molto dura e complessa grazie alla quale è possibile apprendere le principali tecniche di marketing: Marketing Marines»

Viviamo in un'epoca iper – tecnologica: siamo connessi 24 ore su 24 e sempre più imprenditori interagiscono con il proprio cliente rimanendo dietro lo schermo di un Pc. Pensi che questo sia l'approccio giusto?

«A noi di Big Rocket non interessa la comunicazione a distanza, ma preferiamo avere dei feedback in tempo reale con il nostro cliente. Se necessario, siamo disposti a percorrere anche 300 chilometri per raggiungerlo. Con i nostri partner ridiamo, scherziamo, andiamo insieme a cena o a fare l'aperitivo: è così che si entra in perfetta sintonia ed è così che si ottengono grandi risultati. All'inizio della mia avventura, quando ancora non avevo nessun collaboratore, ho deciso di puntare tutto su persone che dessero molto peso alle **#RELAZIONI UMANE**. Lo stesso principio cerco di applicarlo nell'approccio con il cliente: in questo siamo molto selettivi, altrimenti non si raggiungerebbero certi traguardi. Altrettanto importante, per noi, è la costruzione di rapporti di fiducia. Se manca la **#FIDUCIA**, qualsiasi relazione è destinata prima o dopo a crollare. Convincere il cliente ad 'abbandonarsi', in un certo senso, a noi, al nostro lavoro, diventa un presupposto fondamentale».

Parliamo di collaborazione etica. Cosa significa per voi di Big Rocket?

«E' un concetto poco utilizzato nel mondo del marketing e del lavoro, ma che per noi ha sempre avuto un fortissi-

mo valore. Crediamo nella possibilità, da parte di aziende provenienti dallo stesso mercato, di dare vita a delle collaborazioni e quindi innestare dei processi che velocizzano il loro processo di crescita. In Big Rocket, in fin da subito, abbiamo deciso di investire nelle **#COLLABORAZIONI** con altre realtà. Risultato? Noi le abbiamo fatte crescere, e loro hanno fatto crescere noi».



chi sono?

Un folle che da dipendente è diventato imprenditore

Perché leggermi?

Per scoprire come raggiungere traguardi importanti

Perché credermi?

Perché in un mondo sempre più "social – dipendente" mi piace metterci la faccia e incontrare le persone

BIG ROCKET

immortal brand



DAVIDE VENTURI
Creazione/ampliamento rete aziendale di partner

chi sono? un imprenditore, esperto in marketing referenziale e in marketing relazionale strategico

perché leggermi? per trovare spunti, idee e consigli pratici su come sviluppare il proprio network personale

perché credermi? in 2 anni ho ricostruito la mia rete di supporto ripartendo da zero dopo la crisi del settore edile.

Quali sono i trucchi e le regole da seguire per ampliare la propria rete aziendale di partner?

Non ci sono trucchi, semplicemente costruire la rete di partner per il proprio business è come costruire un edificio: serve un progetto e la cosa più preziosa che abbiamo, tempo. Un progetto dove il cemento più importante, la fiducia, ha bisogno di alcuni elementi irrinunciabili come l'entusiasmo e la volontà.

Sono **sei i passaggi** per definire chi farà parte della tua rete:

1) Definire il cliente ideale, ovvero quel cliente sui cui sei efficace al massimo, col quale puoi ottenere elevati livelli di soddisfazione sua, ma anche tua in termini di marginalità e personale soddisfazione.

2) Definire i punti di forza del nostro business: dovrai

prima sapere la risposta alla seguente domanda: "perché un tuo potenziale cliente dovrebbe scegliere te e la tua offerta?" Rispondere a tale domanda, è fondamentale. Tutte le volte che la risposta a tale domanda è assente o debole, rimane solo la strada del prezzo più basso

3) Definire i partner professionali in grado di generare le referenze giuste per noi;

4) Creare la fiducia necessaria per farsi referenziare;

5) Costanza e continuità, attività e risultati;

6) Misurare attività e risultati: ciò serve per capire se e dove dobbiamo migliorare e soprattutto ci serve per confrontare diversi strumenti e strategie operative per capire quali sono più efficaci ed efficienti per raggiungere il risultato comune di tutte le strategie di marketing: generare liste di potenziali clienti in target col nostro profilo di cliente Ideale definito nella strategia di marketing generale.



- IL PERSONAGGIO -

JACK MA

UNA BICICLETTA PER MR. ALIBABA

Nel 2017 il suo patrimonio ammontava a 30,9 miliardi di dollari. Forse non tutti sanno che la carriera di Jack Ma, fondatore del colosso cinese dell'e-commerce Alibaba, è cominciata... con una bicicletta. All'età di 12 anni il futu-



ro magnate delle vendite online cominciò ad interessarsi all'inglese, che imparò da solo proponendosi come guida turistica. «Per otto anni – ha raccontato Ma a Inc.com – ho raggiunto in bicicletta ogni mattina, pedalando per 40 minuti, neve o pioggia, un albergo vicino al Lago dell'Ovest. [...] Portavo gratuitamente in giro turisti, così da poter migliorare il mio inglese. Tale esperienza mi cambiò profondamente, e cominciai a diventare molto più globalizzato di molti cinesi».

Cerchiamo partner del settore Edile per migliorare la qualità della vita nelle case degli italiani delusi da trattamenti inefficaci
VUOI CRESCERE E DIVENTARE UN PUNTO DI RIFERIMENTO DELLA TUA ZONA ?

DIVENTA PARTNER

Per battere la crisi ci ho messo la faccia

Giuseppe Tringali, il supereroe di Bastamuffa: "Il mio lavoro? Aiutare gli altri a risolvere i problemi"

I NOSTRI CLIENTI

IL 17,31%
soffre di
raffreddori **cronici**
causati dalla muffa

IL 35,56%
ha avuto problemi
di muffa dopo aver
sostituito gli **infissi**
o aver **ristrutturato**

IL 86,56%
dichiara di avere
camere con
problemi di muffa

IL 33,33%
ha problemi
di muffa
di tipo **"grave"**



chi sono? un imprenditore/youtuber che non ha paura di reinventarsi
perché leggermi? per scoprire come metterci la faccia.
perché credermi? Perché con la fiducia ho messo il turbo al mio business

Ciao Giuseppe. Parli della tua azienda.

«La storia di Bastamuffa è la storia di un'azienda a conduzione familiare, composta da papà e figlio, che per colpa della congiuntura economica si è dovuta **#REINVENTARE**, uscendo dal suo guscio ed aprendosi al mondo».

Una trasformazione richiede sempre molto coraggio.

«Verissimo. Siamo partiti come un semplice e-commerce: di relazioni, all'epoca, non se ne parlava proprio. Poi, nel 2010, quando la crisi ha iniziato a far cadere molte teste, ci siamo resi conto che dovevamo uscire da quel blog e così ho cominciato a creare relazioni di **#FIDUCIA** ed empatia, prima con i fornitori e poi anche con i clienti. Il mio modello d'ispirazione è Giovanni Rana. Quando è iniziata l'epopea

“

Il mio modello? Giovanni Rana. A lui mi sono ispirato per realizzare i miei video su YouTube



LO SAI CHE PIÙ DI **1700 PERSONE** PARLANO OGNI GIORNO DI COME COMBATTERE LA MUFFA NEL GRUPPO **EROIDIBASTAMUFFA?**

www.glieroidibastamuffa.it

di Youtube, ci ho messo la faccia: ho iniziato a raccontare la mia azienda giorno per giorno, nel quotidiano, in maniera molto semplice, senza registri, e sono riuscito a trasmettere all'esterno la nostra genuinità, che poi è la vera essenza di Bastamuffa. Siamo delle persone che aiutano altre persone. Tutto qui».

Qual è il segreto per conquistare la fiducia dei clienti?

«In Bastamuffa abbiamo fatto di tutto per abbattere le barriere tra noi e il pubblico. All'inizio i clienti non si fidavano di noi, perché, come abbiamo scoperto in seguito, erano rimasti delusi da altre aziende. Abbiamo fatto il possibile, step by step, per conquistare la loro fiducia: alla fine è stato un successo. Non esiste solo il video come strumento di comunicazione, anche se per me è diventato congeniale. Il consiglio che mi sento di dare ai giovani imprenditori è: date contenuti di valore ai vostri clienti, fornite loro informazioni che vi permettono di essere riconosciuti facilmente e aiutateli a capire come risolvere i loro problemi.

Il mezzo non ha importanza: potrebbe essere una e-mail, un blog, oppure un post sui social. Bisogna dare per poter ricevere: è questo l'insegnamento da tenere sempre a mente».

Vedi le altre aziende come concorrenti diretti oppure credi che possano anche diventare dei partner?

«Creare **#SINERGIE** con altre realtà per me è importantissimo. Da quando ho cominciato a intrecciare relazioni, si è aggiunta a me una squadra di imprenditori che mi hanno aiutato, mi hanno dato suggerimenti: tutto questo, però, partendo dal valore in comune delle persone, non dal business e dalle strategie».



PIETRO MARIA DI GIOVANNI

Come rendere sicura a livello legale l'azienda che vuole crescere

chi sono? Un avvocato: ho passato più della metà della mia vita a difendere gli interessi di cittadini, famiglie ed imprese
perché leggermi? Perché prevenire è meglio che curare, non soltanto in campo medico
perché credermi? "La professione come passione" è la mia mission

Perché è importante "rendere sicura a livello legale" l'azienda?

Per le imprese il "sistema Giustizia" italiano costituisce un problema?

Lo studio Cer-Eures "Giustizia civile, imprese e territorio 2017" ha rivelato che le lentezze del sistema giudiziario italiano costano ogni anno 40 miliardi di euro ossia 2,5 punti di PIL.

“

Le cause durano troppo a lungo: in Italia ci vogliono 882 giorni per avere una sentenza

di primo grado nel settore civile, in Spagna 510, in Germania 429 e in Francia 394.

Nonostante il servizio sia lento, il costo è altissimo: www.doingbusiness.org – un progetto che studia quali siano e come vengono applicate le regole per fare impresa in oltre 190 paesi – ritiene che per un contenzioso di valore di cinquantamila euro, il costo in Italia nel 2018 è stato pari al 23,1% del valore della causa, il 17,2% in Spagna e il 14,4% in Germania.

È quindi importante che i processi di impresa abbiano una adeguata protezione legale per limitare il ricorso al "sistema Giustizia" all'indispensabile: il risparmio di tempo e denaro sarà assicurato, ma miglioreranno anche i rapporti con personale, collaboratori, clienti e fornitori.

La pubblicità è ancora utile al tuo business?

L'ESPERTO RISPONDE Alessandro Alziati

Domanda: Nell'epoca dei social network, dominata da flussi di informazione iper-veloci, ha ancora senso investire sulla pubblicità?
"Papà, ma tu non fai il contadino?"

Questa domanda mi è stata fatta da mio figlio maggiore quando aveva tre anni mentre, stupito, mi osservava scrivere al computer.

Tommaso: "Papà, ma tu non fai il contadino?"

Io: "No Tommi, faccio il pubblicitario, perché?"

Tommaso: "Eh, mi dici sempre che sei in campagna!"

Io: "Campagna Pubblicitaria, Tommi. Campagna Pubblicitaria."

Buffo vero? Eppure è un ottimo inizio per parlare di quanto è cambiato il mondo della comunicazione negli ultimi anni. Di quanto, da un lato, abbia acquistato forza mentre dall'altro ne abbia persa.

Una delle più famose citazioni di Jacques Séguéla recita: **#LA PUBBLICITÀ** è una pianta di serra: con un'attenta sorveglianza può produrre ottimi frutti". Quindi, come si può vedere, mio figlio non era andato poi così lontano.

Ma lontano da dove? Da una pubblicità che ormai non è più quella di quando aveva tre anni Tommaso (e ora ne ha solo diciassette). La pubblicità di cui stiamo parlando è quella di esattamente tre "ere di comunicazione" fa.

Per capirlo meglio occorre andare indietro fino alla seconda metà del secolo scorso quando, un genio di nome Rosser Reeves ideò ed enunciò la formula dell'**#U.S.P. (Unique Selling Proposition)** secondo la quale per ogni comunicazione occorre evidenziare un Unico Motivo di Vendita (o preferenza) rispetto a tutta l'offerta della concorrenza e più questo motivo è aderente al target più venderà.

Un po' come dire che tutti dichiarano "la mia merendina è buona" (e vorrei vedere, chi direbbe che ha un prodotto scadente?) quindi la bontà diventa uno **#STANDARD** scontato. Il primo che dice "la mia merendina è senza zucchero" conquisterà tutti i golosi con problemi di glicemia.

E' facile capire quanta importanza ha il messaggio in confronto alla pianificazione. Ai tempi, infatti, si diceva che 80% della capacità di persuasione di una comunicazione era del messaggio e il restante 20% era merito dei media.

I "contadini" prima seminavano, poi raccoglievano.

Oggi questo si chiama **#DISTINTIVITÀ** o "unicità" (la stanno riscoprendo... oggi. Dopo soli sessant'anni infatti sembra che qualcuno inizi a scoprirne i vantaggi). Comunque sia, l'epoca di R. Reeves, Bill Bernbach, Leo Burnett, D. Ogilvy, J. Séguéla è quella comunemente chiamata "l'era dell'interruzione".

La definizione è legata alla modalità di contatto con il target: infatti, mentre leggo il giornale mi trovo un annuncio in mezzo all'articolo oppure, per strada, vengo raggiunto da un cartellone o, ancora, mentre ascolto la radio o guardo la TV mi devo sorbire uno spot pubblicitario.

Poi è arrivata la "prima internet", quella degli hacker con le blue box (scatolotti che, messi davanti alle cornette del telefono, mettevano in contatto i computer dei primi pirati).

E perché qui cambia tutto? Semplice, perché questi pionieri del web si erano dati uno scopo: divulgare le notizie che non si sapevano (e che non si dovevano sapere), quindi cosa facevano? Saltavano nei cassonetti delle grosse aziende e, una volta recuperati i tabulati di bilancio, ne condividevano i dati mostrando sprechi e magagne. Questo ha instillato nella gente comune il desiderio di saperne di più.

Questa è la genesi dell'era "dell'informazione" (o dell'accesso). Il periodo storico in cui la gente vuole sapere come lavora l'azienda di cui ha comprato il prodotto. E noi pubblicitari, sempre alla caccia di qualcosa da dire, ci siamo adattati subito con annunci sul "guardate come facciamo le cose bene noi".

Notate qualche differenza di messaggio con l'era precedente? Io sì: prima la USP era di prodotto, ora la USP è di "fabbrica" (guarda, fidati di me, te la vendo io che so come si fanno queste cose e ti faccio anche vedere come faccio).

E infatti questo è stato l'**INIZIO DELLA FINE**, la fine del prodotto che parla con il target, la fine di quel rapporto di fiducia che si istaura tra brand e consumatore tramite il prodotto.

Oggi siamo in piena era della distrazione (o multi screen). Al giorno d'oggi infatti, i film si vedono con uno smartphone in mano e se si passa "dallo schermo ai social" nei momenti di basso interesse del film, figuriamoci durante la pubblicità!

E così sotto con immagini forti, montaggi sincopati, tagli aggressivi oppure... la noia degli spot che passano inosservati con la capacità persuasiva di una bolla di gomma masticata.

E in tutto questo, il messaggio dove è andato a finire? Passa in secondo piano perché l'importante è gridare "la mia merendina è buona" (che è più facile) e non "il perché è buona per il target" (che è molto più difficile). Infatti di body copy (testo in basso nelle pubblicità) non se ne leggono più, se non nelle brochure.

E pensare che era nella body copy che era racchiusa tutta la "reason why" (motivo per cui vale la pena di aderire ad una offerta commerciale). Era proprio lì la "ragione di brand".

Ecco, forse è questo che la **#COMUNICAZIONE** non comunica più: manca la USP ovvero l'Unico Motivo di Vendita. D'altra parte come può far percepire una cosa che spesso non è chiara neppure nei reparti marketing degli stessi produttori?

Allora occorre risporsarsi le mani, riprendere a fare i coltivatori della comunicazione, scavare per entrare nel merito del "perché di prodotto" con quel magico strumento che è il briefing pubblicitario: una serie di domande inventate nella loro forma originaria dalla BBDO nel 1960 e traghettate fino a noi da pochi, pochissimi sapienti padri putativi. Una serie di domande capaci (se ben utilizzate) di separare la sabbia dall'oro (a dire il vero mi sovengono "metafore" più scurrili per rappresentare meglio alcuni brand attuali).

Insomma, stiamo andando verso il peggio? Credo di no, menti brillanti ce ne sono ma forse non dicono più niente perché i brand non hanno niente da dire. **Pensateci, al prossimo briefing.**

ALESSANDRO ALZIATI

Classe 1970, milanese, papà, a volte Brand Manager, a volte Direttore Creativo (un po' come dire "Lo strano caso di Mr Hyde e Mr Hyde"), Alessandro Alziati inizia come junior art director nel periodo d'oro delle prestigiose agenzie pubblicitarie milanesi, giusto in tempo per assaggiare le ultime gocce della "Milano da Bere".

Il suo esordio è alquanto buffo: a 21 anni è l'unico creativo di una agenzia piccola-piccola in gara (non si saprà mai come) sulla creatività di Birra Incura contro alcune grosse multinazionali.

Lui vince la gara e una delle multinazionali lo "ruba" immediatamente.

Da lì in poi è una vita di molte campagne (qualcuna premiata) un po' in agenzie (tra cui Young & Rubicam e Leo Burnett) e un po' come free lance: dagli spot TV e radio alla carta stampata e il web, dalla Sprite (Ascolta la tua Sete) alla Rio Mare, da Calvin Klein a Carrera, da BMW a "qualche ministero", dalle enormi multinazionali alle meravigliose PMI italiane senza mai però perdere la grande passione che lo spinge da quando ha 11 anni: la comunicazione pura, quella che funziona e che vende, la comunicazione che non mente o, come dice il motto originale della McCann Worldgroup: "La verità detta bene".



VIDEO PEREVOLVERE

le idee di valore per continuare a crescere



Marco Montemagno –

Come essere davvero produttivi e organizzati nella vita reale?

Alcune persone sono super produttive e riescono a fare miliardi di cose in una giornata. Ti piacerebbe capire come fanno per riuscirci anche tu? Ascolta Marco Montemagno e scopri alcuni trucchi per organizzare le tue attività quotidiane aumentando la tua efficienza e organizzazione!



Fabio Viola –

L'arte del coinvolgimento

Il 70% delle persone che popolano il mondo è scarsamente o poco coinvolto in quello che fa quotidianamente. Le conseguenze? Meno produttività, proattività e idee. Te ne parla Fabio Viola mettendo in evidenza come i videogiochi possono aiutarti ad alzare il coinvolgimento e a tirare fuori capacità e talenti!



Vanni De Luca –

Trova il tuo Metodo

Prendi la matematica creativa, la logica e la poesia. Mettile insieme e ti troverai davanti Vanni De Luca! Come ha fatto ad unire tre elementi così lontani tra loro, almeno in apparenza? Ci vuole un metodo e in questo talk ti dà alcuni input per trovare il tuo e rendere più semplice ogni cosa che vuoi realizzare!



Marco Montemagno –

Come comportarsi da vero leader

Coordini un gruppo di persone per realizzare un progetto? Allora anche tu sei un leader! Questo video ti aiuterà a capire quali sono le caratteristiche che ti serve sviluppare partendo dall'esempio di un imprenditore che è l'emblema di questo ruolo: Richard Branson!



L'OROSCOPO

DELL'IMPRENDITORE RESILIENTE

a cura di: Romina Mattoni



Ariete

21 marzo / 19 aprile

"Ritmi lenti, ce la posso fare!"

Nei primi 15 giorni di maggio può capitarti di sentirti insoddisfatto, emozione che per fortuna ha poco impatto su un periodo in cui le cose andranno più lente e deciderai se liberarti da un peso o portare avanti un progetto. Giugno è agitato: attorno al 18 sii paziente con un socio o un collaboratore.



Toro

20 aprile / 20 maggio

"Amo il nuovo che ti ama"

Maggio è per te uno dei mesi più belli dell'anno: approfittane per fare richieste, far notare il tuo valore, risolvere questioni rimaste in sospeso ed espandere il tuo sguardo verso nuovi orizzonti. Affari e soldi in vista a giugno se hai fatto investimenti, desideri vendere o acquistare qualcosa.



Gemelli

21 maggio / 22 giugno

"Amicizie splendide come stelle"

In maggio fai attenzione alle spese di troppo, ad alcune collaborazioni da rivedere e al rapporto non semplice con Pesci e Sagittario. Il periodo migliore è dopo il 15. In generale, e anche per giugno, cerca di mediare il più possibile: non ti conviene fare il difficile! Periodo splendido per le amicizie.



Cancro

21 giugno / 22 luglio

"Prendo in mano la tua vita"

Mantenere la situazione attuale anche se ci sono problemi oppure staccarti da persone che hanno condizionato la tua vita professionale per fare le cose a modo tuo? E' questo il grande nodo da sciogliere in maggio! A giugno tutto ti sarà più chiaro e le prime risposte inizieranno ad arrivare.



Leone

23 luglio / 22 agosto

"È tempo di combattere"

A maggio e giugno ti aspettano sfide importanti che, se sarai combattivo, vincerai definendo gli accordi che cerchi e ottenendo i riconoscimenti che attendi. Buon recupero dal punto di vista finanziario e della tua creatività, che in questo periodo ti sarà utile.



Vergine

23 agosto / 22 settembre

"Ho la mia bacchetta magica e faccio miracoli"

Controlla le questioni legali e finanziarie e metti in chiaro alcune situazioni di lavoro. Alla fine di giugno qualcosa si smuove: telefonate, accordi e rinnovi contrattuali sono a portata di mano! E' l'inizio di un periodo dinamico in cui, proprio come se avessi la bacchetta, potrai realizzare i tuoi desideri.



Bilancia

23 settembre / 22 ottobre

"Le ostilità sono finite e ritrovo pace e armonia"

A maggio ritrovi l'armonia con te stesso e gli altri. Hai delle scelte di lavoro da fare e il consiglio è di firmare accordi tra questo mese e la fine di luglio per avere sicurezze nella seconda parte dell'anno, che sarà intensa e combattiva. Evita scelte avventate in giugno, potresti pentirtene più avanti!

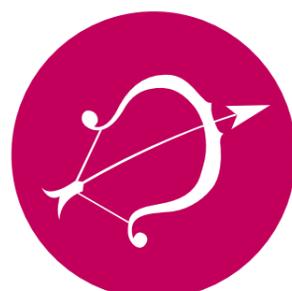


Scorpione

23 ottobre / 22 novembre

"Osservo senza troppo giudicare"

Periodo intenso: vendite, trattative e acquisti in maggio possono rallentare. Evita di scoraggiarti e di lasciarti trascinare dagli eventi: osserva e preparati a superare un ostacolo o a decidere se ti trovi davanti ad un bivio. A giugno il ritmo ricomincerà ad accelerare e tutto ti sarà più chiaro!



Sagittario

23 novembre / 21 dicembre

"Se non sta andando bene, non è ancora finita. Andrà tutto bene."

Tra maggio e giugno potresti mettere in gioco una situazione professionale, soprattutto se nei mesi scorsi non hai ottenuto i riconoscimenti che meritavi. Il tuo pianeta guida, Giove, è dalla tua parte quindi puoi studiare la soluzione migliore e il successo arriverà!



Capricorno

22 dicembre / 20 gennaio

"Sono creativo e vincente"

Se c'è un'idea che vuoi realizzare maggio è il periodo giusto! L'importante è che non si tratti di progetti vecchi o falliti durante l'anno passato: il transito di Urano richiede cambiamenti. In giugno fai attenzione ai rivali o a chi, per invidia, scredita il tuo lavoro.

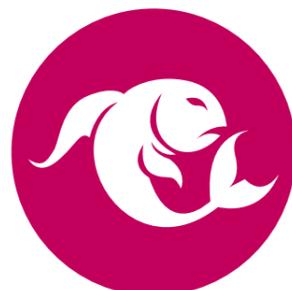


Acquario

21 gennaio / 18 febbraio

"Vado a spasso per il mondo e amplio i miei orizzonti"

Dal 6 al 21 maggio periodo di blocco per questioni di soldi, rinnovi o contratti in sospeso. Tieni duro, a fine mese la situazione migliora. Preparati ad un giugno di trasformazione e di accettazione di nuove esperienze: o sceglierai di abbandonare una strada o dovrai per forza farlo.



Pesci

19 febbraio / 20 marzo

"Ho il mondo tra le mani"

Dopo un periodo non semplice finalmente arrivano i consensi e puoi pensare di andare avanti anche da solo senza troppi soci o collaboratori: hai attorno a te persone che ti stimano! Le decisioni che prendi tra maggio e giugno sono cruciali per un fine anno e un 2020 che ti vedranno protagonisti.



Romina Mattoni

La scrittura è da sempre la mia passione e ho iniziato a trasformarla in una professione cinque anni fa grazie al feedback positivo delle persone con le quali ho collaborato. Sono infatti copywriter e social media manager e tra una sales letter, una sequenza mail e i contenuti da preparare per le pagine che gestisco leggo, studio danza e cerco di passare più tempo possibile in compagnia delle persone. E' proprio dalla curiosità di conoscerle meglio e di capirle nel profondo che ho deciso di approfondire una disciplina che fa parte di me da quando avevo 14 anni: lo studio dei segni zodiacali e del loro influsso sulle nostre caratteristiche compor-

tamentali. C'è, infatti, un filo conduttore tra il momento in cui siamo nati e il modo in cui affrontiamo le piccole e grandi sfide quotidiane, il modo in cui scegliamo e entriamo in contatto con chi ci circonda. L'ho notato su me stessa e ora il mio desiderio è diffondere questa consapevolezza attraverso eventi dal vivo. Gli altri dicono di me che sono determinata, testarda, affidabile e solare. Mi riconosco appieno e aggiungo che l'affidabilità è per me un valore con la V maiuscola assieme alla libertà, all'amicizia, al rispetto e all'onestà. Amo i libri cartacei e quando entro in una libreria potrei non uscirne per almeno un'ora! Per la mia professione e anche per piacere personale tra le attività che metto al primo posto c'è la formazione: ecco perché dare il mio contributo a progetti come PerEvolvere News, PerEvolvere in Rete, Business Tasting 2.0 e TEDxCoriano è per me una grande soddisfazione!



- IL PERSONAGGIO -

Jeff Bezos

La regola della pizza in Amazon

Un imprenditore fuori dal comune deve avere doti organizzative fuori dal comune.



È il caso di Jeff Bezos, fondatore di Amazon. A lui spetta l'invenzione della famigerata 'regola delle due pizze'.

Ovvero: mai partecipare ad una riunione di lavoro in cui ci sia più gente di quella che può essere sfamata con due pizze. In altre parole, Bezos afferma che le riunioni troppo affollate sono controproducenti: il rischio è quello di perdere tempo con inutili divagazioni, girando attorno al problema senza mai arrivare ad una soluzione.

La mia avventura dalla Calabria alla Silicon Valley

Una imprenditrice - ingegnere che guarda lontano: "La mia forza sono le persone"

Ciao Stefania. Il simbolo della tua azienda è una tartaruga. Cosa rappresenta per te questo animale?

«Ho scelto la tartaruga non tanto per la sua proverbiale lentezza, quanto per la solidità del suo guscio. Solido come gli elmetti di sicurezza personalizzati che hanno reso Koopf un'azienda leader del mercato. Ma solide sono anche le relazioni di **#FIDUCIA** che, in questi anni, sono riuscite a stringere in giro per il mondo, moltiplicando così le occasioni di business».

Credi quindi che le relazioni abbiano un ruolo importante all'interno di un'azienda?

«Negli ultimi anni la vendita dei miei prodotti è passata prevalentemente dalle pubbliche relazioni - rivela l'imprenditrice, che è anche un ingegnere civilista -. Creando una fitta rete di referenze in giro per l'Italia e per il mondo sono riuscita a garantirmi una **#VISIBILITÀ** non da poco, interfacciandomi meglio con il mio target di riferimento e conoscendo un numero sempre maggiore di clienti ai quali proporre la nostra gamma di elmetti. E' ovvio: qualsiasi interlocutore, all'inizio, tende ad essere diffidente e perciò mi sono applicata e ho lavorato molto sul tema fiducia. In questo sono stata aiutata in modo particolare dal fatto di essere un ingegnere civilista e dal mio bagaglio di competenze tecniche, che mi hanno permesso di abbattere quella barriera che a volte si frappone tra noi e il pubblico».

Qual è l'investimento migliore per un imprenditore?

«Secondo me l'investimento migliore risiede nel **#CAPITALE** umano, ovvero nel creare un team di collaboratori e partner di fiducia. Ho cercato, fin da subito, di fondare la mia impresa sul **#VALORE** delle singole persone, circondandomi di una squadra specializzata e formata. La formazione per è importante tanto quanto lo è per gli altri com-



chi sono? un ingegnere con una solida culturale imprenditoriale.
perché leggermi? perché non ho paura di andare lontano per raggiungere i miei obiettivi.
perché credermi? perché partendo dalla Calabria sono arrivata alla Silicon Valley

“
Grazie alla fiducia e alle competenze ho abbattuto le barriere con il pubblico

ponenti del team. A proposito di formazione: da oltre un anno Koopf ha trasferito il suo reparto 'Ricerca & Sviluppo' nella Silicon Valley, culla della tecnologia made in Usa, grazie a un concorso che ha coinvolto 60 paesi del mondo: io sono stata l'unica italiana a rientrare in graduatoria».

Un consiglio per chi intraprende oggi il suo cammino nel mondo dell'impresa?

«Procedete a piccole dosi. Questo vi dà la possibilità di sondare il mercato, sperimentando e aggiustando il tiro in maniera graduale. E non dimenticate, naturalmente, l'aspetto della formazione».

Stefania Spadafora (Koopf)

DIVENTA SPONSOR
commerciale@bulbevents.com

CH
AO
FULLMOON
PARTY

20/07/2019
17.00 - 01.00

FREE ENTRY



DARSENA
sunsetbar

meme experience
PIZZA, PERSONE E SENTIMENTI
tutti i mercoledì



ADERISCI

Il tuo aiuto farà la differenza, contattaci per sapere come il tuo contributo renderà il tuo mare pulito e felice.

info@amailmare.it



ALESSANDRO CARROZZO

sviluppare e creare la propria cultura di valori aziendali

chi sono? un formatore e coach certificato, esperto in relazioni di fiducia e visioning.
perché leggermi? perché amo condividere il frutto della mia continua ricerca.
perché credermi? ogni giorno aiuto centinaia di aziende a crescere nel business attraverso i miei contenuti e la costruzione di reti di impresa basate sulle relazioni

"Aiuto le aziende ed i professionisti a definire una immagine di sé coerente e spendibile"

Per sviluppare una cultura aziendale è necessario dapprima definirne l'identità ricercandola nella passione dei suoi componenti, unendone i sogni e le volontà.

Per questo aiuto le aziende ed i professionisti a definire una immagine di sé coerente e spendibile che sia testimone credibile dei propri valori.

Comprendere questo è di primaria importanza perché ci colloca nella giusta direzione da intraprendere, senza saltare nessun passaggio, per

identificare e comunicare una cultura aziendale chiara e condivisibile.

Il processo passa attraverso la trasmissione e condivisione di obiettivi, la definizione di ruoli, di una visione e delle attività necessarie a realizzarla oltre che attraverso la costruzione di un metodo di ingaggio relazionale e di un messaggio potente e aggregante.

In questo modo si creerà in maniera naturale uno strumento di forte coesione e condivisione tra l'azienda o il professionista ed il suo naturale interlocutore che non è più un semplice cliente, ma una community che viva della stessa cultura e degli stessi valori.



Per me uguale se una persona proviene dalla prigione di Sing Sing o da Harvard. Io assumo un uomo, non la sua storia.

Henry Ford

Il successo non è definitivo, il fallimento non è fatale: ciò che conta è il coraggio di andare avanti.

Winston Churchill

I rigori li sbaglia solo chi ha il coraggio di tirarli

Diego Armando Maradona

La condivisione è il motore dell'azienda

Un giovane imprenditore con tanta fame di crescere: «Senza gli altri è impossibile raggiungere i nostri obiettivi. La vera rivoluzione è metterci a disposizione di chi ci sta attorno: credo nell'importanza della riconoscenza e della gratitudine come strumenti di business. Da un atteggiamento positivo possono nascere opportunità inaspettate.

Giorgio Matassoni (Bulb Events – Darsena Sunsetbar)

Ciao Giorgio. Parli di te.

«Sono co – fondatore di Bulb Events, startup innovativa specializzata nell'organizzazione di eventi e socio del Darsena Sunsetbar di Rimini».

Che valore dai alle relazioni di fiducia?

«Trascorro gran parte del mio tempo parlando con le **#PERSONE** o conoscendone di nuove. E' questo, secondo me, l'investimento più 'proficuo' che possiamo fare per far crescere la nostra azienda. Io l'ho capito circa un anno e mezzo fa, quando ho avuto modo di partecipare, in qualità di ospite, alla prima edizione di Business Tasting. Un'occasione, per me, di incontrare tantissime nuove persone e di gettare le basi per dei rapporti che, successivamente, si sono trasformati in partnership e collaborazioni. Da quel momento ho deciso di mettermi completamente a disposizione degli altri, di essere sempre presente in caso di bisogno: è questo, credo, un buon incipit per cominciare a costruire relazioni di **#FIDUCIA** e farle crescere nel tempo. Una predisposizione positiva dalla quale possono nascere opportunità inaspettate».

Qual è il segreto alla base di Bulb?

«La storia di Bulb è, prima di tutto, la storia di un gruppo di **#AMICI** che hanno deciso di diventare un'impresa. Ci conoscevamo tutti da tempo e, un bel giorno, abbiamo deciso di iniziare a lavorare insieme per fare quello che ci piace, ovvero organizzare e promuovere eventi. Lo ribadisco: prima che soci di un'azienda siamo, anzitutto, dei buonissimi amici che condividono gli stessi, identici valori. Senza questa 'comunione' non sarebbe stato possibile andare da nessuna parte. Inoltre crediamo nell'importanza della riconoscenza e della gratitudine per stimolare e incentivare le persone che ti stanno attorno e che ti aiutano a realizzare i tuoi progetti».



chi sono? un ragazzo affamato di opportunità.
perché leggermi? perché a tablet e smartphone preferisco una chiacchierata davanti a un caffè.
perché credermi? perché baso il mio business sull'amicizia e la condivisione.

Un consiglio per gli aspiranti imprenditori?

«In un certo senso mi considero ancora un apprendista, quindi non pretendo certo di dispensare lezioni. Quel che mi sento di dire è: abbiate uno spiccato atteggiamento positivo e soprattutto abbiate **#FAME!** Non tanto di profitti o di risultati, ma nel volere raggiungere gli obiettivi che vi siete prefissati. E' quella che io chiamo spinta motivazionale, senza la quale qualsiasi imprenditore è perduto».

Cos'è la leadership positiva e come la si ottiene?

Un leader positivo è ogni persona che, ricoprendo in qualche misura un ruolo di coordinamento, guida o responsabilità all'interno di uno specifico contesto organizzativo, è in grado e sceglie di attivare "la chimica della positività" nella relazione con gli altri, di generare quindi ambienti di lavoro sani, sicuri e collaborativi, in cui le persone si sentono valorizzate nei propri talenti, apprezzate e coinvolte.

Essere leader positivo significa rinunciare ad un modello egoico e competitivo basato sulla scalata ai vertici delle organizzazioni ad ogni costo per il puro piacere dell'affermazione personale e trovare, invece, la fonte della propria soddisfazione nel vedere i membri del proprio team fiorire e realizzare più di quanto loro stessi pensano di esser capaci, dal vederli collaborare per risolvere situazioni difficili, stringere legami solidi.



FABIO ROCCO

Na Pizz

chi sono? un pizzaiolo che è diventato imprenditore.
perché leggermi? perché sono genuino. Come le nostre pizze.
perché credermi? perché sono bravo a 'prendere per la gola' le persone.

Ciao Fabio. Parli di Napizz.

«La nostra avventura imprenditoriale comincia nel 2012 ed è il frutto di una **#PASSIONE** smisurata. La stessa passione che cerchiamo, ogni giorno, di mettere nella preparazione delle nostre pizze e nel portarle in tavola ai clienti. La nostra è una forma di amore per gli ingredienti e per le materie prime, che rappresentano l'eccellenza campana e italiana. E poi un grande amore per la pizza in sé, nelle sue mille sfaccettature e declinazioni. Non c'è cosa più appagante, per noi, che vedere un cliente leccarsi i baffi dopo aver addentato un cornicione ripieno».

“Genuinità e passione sono gli ingredienti di ogni buona pizza ma anche del successo

Ma avere le 'mani in pasta' nel mondo della ristorazione non basta se non si è supportati da relazioni di fiducia e da una solida cultura imprenditoriale. Ce lo confermi?

«Il contatto umano per noi è fondamentale. Anzi, lo si può quasi considerare l'anima del nostro business. Cerchiamo di dedicare ad ogni persona che entra nei nostri locali l'attenzione che merita, a costo di sacrificare più tempo ed energie. In tal senso a giocare un ruolo importantissimo sono i camerieri e i membri del nostro staff, che condividono i valori di ospitalità e semplicità spontanea che stanno alla base del successo di Napizz. Su una scala da uno a dieci questo aspetto merita un punteggio di undici. Ci piace lasciare liberi i nostri dipendenti: liberi di essere loro stessi e di poter trasmettere al cliente quel senso di genuinità e simpatia che è tipicamente partenopeo».



DI CIACCIO & GENNARI
Leadership positiva

chi siete? co-founder di 2BHappy Agency (www.2bhappy.it), hub metodologico nato per divulgare la Scienza della Felicità, costruire Organizzazioni Positive e favorire il cambiamento.

perché leggermi? L'87% dei lavoratori è demotivato e le aziende ogni anno perdono 500 miliardi di produttività. Noi sappiamo perché e come si può invertire la rotta.

perché credervi? a dicembre 2016 siamo state invitate all'ONU a Ginevra a parlare del nostro lavoro in Italia.

Più un leader riconosce la meraviglia di ogni persona e prova piacere e ispirazione da queste, più è in grado di ispirarle a sua volta e ottenere engagement e performance superiori.

Per diventare leader positivi bisogna partire da sé, dal proprio sviluppo e dal proprio benessere. Tutti i leader positivi che abbiamo incontrato, studiato e raccontato hanno una propria routine della positività, una sorta di programma di rigenerazione quotidiana e periodica.

La verità è che tutti i leader positivi sono tali, o sono diventati tali, ispirandosi al leader che avrebbero voluto avere o hanno in qualche caso avuto! Detta così, non è mica tanto difficile, o no? Per ispirarvi vi consigliamo il nostro libro edito da Franco Angeli, "La Scienza delle Organizzazioni Positive. Far fiorire le persone e ottenere risultati che superano le aspettative".



Il leader deve essere pratico e realista
ma deve parlare la lingua dei visionari e degli idealisti.

Eric Hoffer

Per avere successo bisogna porsi queste
quattro domande: Perché? Perché no?
Perché non io? Perché non adesso?

James Allen

Mostrate fiducia nei vostri uomini ed essi faranno
in modo di meritarsela; trattateli da professionisti seri,
ed essi faranno di tutto per non deludervi.

Ralph Waldo Emerson

Prima regola: uscire dalla zona di comfort

Maurizio Porta

Dopo anni di cassaintegrazione, Maurizio ha salvato la sua azienda e l'ha portata a triplicare i fatturati. Nessuna formula magica, ma soltanto un grande lavoro di relazioni. "L'onestà paga sempre: dovete conquistare la fiducia della gente, ma per farlo è necessario mettersi in gioco con la massima trasparenza. Abbasso il marketing farlocco"

Ciao Maurizio. Parli della tua azienda. fiducia?

«Porta Solutions è un'azienda di progettazione e costruzione di macchine – utensili nel settore Automotive e in tutti quei settori dove c'è bisogno dell'asportazione del truciolo».

In un'epoca storica in cui il mercato va sempre più veloce e in cui ci affidiamo tantissimo al mondo del web, quanto è importante riscoprire le relazioni umane?

«Le **#RELAZIONI** rappresentano le radici del successo. Se non fosse così, noi imprenditori resteremmo chiusi nei nostri uffici, davanti ad un computer, a fare affari con un semplice click. Fortunatamente, anche nell'era della digitalizzazione, l'incontro diretto con le persone e la fiducia che riusciamo a costruire sono le armi vincenti per raggiungere degli obiettivi importanti. Internet è una bella realtà e va benissimo per ottenere i primi contatti. Il problema è che molte aziende si focalizzano esclusivamente sul marketing che viene fatto attraverso i social network, ma è un errore madornale perché alla base della crescita imprenditoriale non può che esserci la fiducia».

A proposito di fiducia: come trasmetterla ad un potenziale cliente?

«Semplice: con lo scambio di informazioni. Per guadagnarsi il rispetto del proprio target di riferimento non è sufficiente indirizzarlo sul proprio sito web o spedire un catalogo. L'unico modo che io conosco per conquistare la fiducia del prossimo è fornire informazioni di valore anche se a volte, in un primo momento, questo processo può apparire controproducente. Ho imparato che più sei **#ONESTO** con il tuo cliente, più il rapporto che hai con lui ne guadagnerà. Inoltre credo moltissimo nella possibilità di attivare sinergie e collaborazioni con altre aziende».

Qual è il tuo concetto di marketing?

«Il marketing, a parer mio, va fatto in modo onesto e veritiero. Se già come primo step utilizziamo un marketing farlocco, che tipo di gente attiriamo? Viva il marketing fatto bene fin dal primo messaggio».

Hai un consiglio per gli imprenditori che vogliono superare la crisi?

«Il mio suggerimento è uno solo: cercate di uscire dalla vostra zona di comfort. Non è assolutamente vero che le persone che vi stanno intorno vogliono unicamente 'fregarvi'. Dobbiamo imparare a essere meno diffidenti nei confronti del prossimo. A volte, è vero, rimaniamo scottati, ma per esperienza personale posso dire che nell'80-90 per cento dei casi la fiducia che ho riposto in loro è stata ben ripagata».



chi sono? una persona che ha superato la dislessia per salvare la sua azienda.
perché leggermi? per imparare ad essere meno diffidenti nei confronti del prossimo.
perché credermi? perché dopo quattro anni di cassaintegrazione, ho triplicato i fatturati della mia azienda.



LEILA PEIRPAOLI
PLT puregreen

chi sono? un'imprenditrice green
perché leggermi? perché credo nel valore di informazioni semplici e chiare
perché credermi? per scoprire come l'energia pulita può aiutarci ad avere una società sostenibile e migliore

Ciao Leila. Parli della tua azienda.

“PLT puregreen si occupa della vendita di energia elettrica green prodotta esclusivamente da impianti da fonti rinnovabili. È energia 100% verde, garantita, certificata e a 0 emissioni di Co2.”

Cosa ne pensi delle relazioni di fiducia?

“La sostenibilità per noi non riguarda solo l'ambiente ma la società e le persone. Dare ai nostri clienti informazioni chiare e semplici è la prima regola quando si vuole costruire un rapporto di fiducia e di **#EMPATIA**. Quello dell'energia è un mondo complesso e i clienti si sentono spesso confusi a causa della quantità di proposte che ricevono, per questo ci impegniamo a fare una comunicazione seria e trasparente e abbiamo creato una sola offerta che risolve le esigenze delle persone in modo semplice e chiaro”.

“

Il nostro obiettivo è creare un modello di sviluppo economico e sociale sostenibile

Quali sono i vostri valori aziendali?

“Attraverso l'energia possiamo e vogliamo contribuire a creare un modello di sviluppo economico e sociale sostenibile dove le persone possano vivere nel migliore dei modi, con un atteggiamento di rispetto verso l'ambiente e **#CONSAPEVOLEZZA** verso il futuro. Questi sono i valori che ricerchiamo anche negli enti e nelle aziende con cui stringiamo rapporti di collaborazione. La condivisione di questi valori è la condizione primaria per stringere rapporti che siano davvero etici e quindi utili alla crescita di tutti”.



LUCA BRAGGION

Come sviluppare più velocemente la capacità di apprendere cose utili

chi sono? sono un istruttore di strategie di apprendimento avanzato.

perché leggermi? perché ti do delle soluzioni alternative e su misura.

perché credermi? perché con "genio in 21 giorni" sono l'unico che ti dà un metodo di gestione delle informazioni per il cervello e non una tecnica come tutti.

Puoi svelarci un trucco per sviluppare più velocemente la capacità di apprendere cose utili?

Parliamo dell'errore di apprendimento che ti rallenta a lavoro. Ti è mai capitato di sbagliare ad organizzarti? O di non essere puntuale con le scadenze lavorative?

Molto probabilmente stai guardando le cose troppo nel dettaglio. Quando percepiamo le informazioni selezioniamo automaticamente se osservare le cose nel generale o nel particolare.

Questa predisposizione si chiama stile cognitivo. Molto spesso quando non riusciamo a districarci in un problema è perché lo stiamo osservando troppo nel particolare. Bisognerebbe fare due passi indietro e osservarlo più nel generale.

“Se non riesci a ottimizzare il tuo tempo, molto probabilmente stai guardando le cose troppo nel dettaglio. Meglio fare due passi indietro per avere una visione più generale della situazione”

Per farlo potresti prestare attenzione a come ci sei arrivato in quella situazione, magari tornando indietro nel tempo. O a volte bisogna guardare se hai chiari degli obiettivi a 5 anni e se hai messo in agenda correttamente le priorità per espandere la tua azienda.



- IL PERSONAGGIO -

WALT DISNEY

Il rischio è il mio mestiere

Un paio di pantaloni, un cappotto, matite, fogli da disegno e 40 dollari in contanti. Non c'era nient'altro nel bagaglio con cui, nell'estate del 1923, Walt Disney arrivò a Hollywood per inseguire, insieme al fratello



Roy Oliver, il suo sogno nel mondo dell'animazione. Sappiamo tutti come andò a finire, ma il padre di Topolino in quell'occasione decise di giocare tutto alla roulette del destino.

Il rischio, d'altra parte, fu una componente fondamentale nella vita di Walt: pensate che per trovare il denaro necessario a realizzare 'Biancaneve e i sette nani', arrivò persino ad ipotecare la casa.

TEDxCoriano
x = independently organized TED event

CONTRO **PEREVOLVERE**
12 OTTOBRE 2019

Mimma Spinelli - Sindaco di Coriano

FACCIA A FACCIA CON IL SINDACO

"E voi quanto entusiasmo avete? Amministrare un Comune è un po' come dirigere un'azienda: per puntare in alto dobbiamo affidarci ai nostri collaboratori"



chi sono? un'imprenditrice del territorio.
perché leggermi? per scoprire il significato di entusiasmo.
perché credermi? perché per raggiungere i miei obiettivi ho imparato a lavorare in team.

Mimma Spinelli (Sindaco di Coriano)

Cosa ne pensi dell'evento 'Per Evolvere in Rete'?

«E' una bellissima iniziativa, perché dà spazio a tre valori in cui credo tantissimo: **#ENTUSIASMO**, fiducia e voglia di fare. Valori che valgono nella vita di tutti i giorni, ma soprattutto all'interno di una realtà imprenditoriale dove ci si pongono degli obiettivi economici».

Gli amministratori comunali si trovano spesso ad affrontare gli stessi problemi di chi amministra un'azienda. Quanto sono importanti, in questo caso, le relazioni di fiducia, e come nascono?

«Dobbiamo capire una cosa: da soli, contando solamente sulle nostre forze, non arriveremo mai da nessuna parte. Per questo diventa importantissimo saper cogliere e valorizzare le **#OPPORTUNITÀ** che ci vengono offerte da

“**Vogliamo mettere in rete le persone che fanno impresa, creando un valore aggiunto per l'intero territorio**”

chi ci sta attorno. Non dovrebbe esistere la dicotomia padrone-dipendente, ma soltanto persone che collaborano e fanno gioco di squadra per raggiungere lo stesso identico traguardo. Solamente in questo modo possiamo creare fiducia».

Quanto conta l'entusiasmo?

«Per me l'entusiasmo è la base di ogni cosa. Senza di esso non sarei mai diventata sindaco e non potrei alzarmi tutti i giorni per andare a fare il mio lavoro. Entusiasmo non è soltanto passione per quello che si fa, ma vuol dire anche essere in grado di trascinare gli altri».

In che modo il Comune di Coriano può supportare il progetto di 'Per Evolvere in Rete'?

«Un ente pubblico può sicuramente fare tanto. Gli imprenditori stanno attraversando un momento difficile: la crisi non è soltanto economica ma investe tutta la nostra società. Il compito di un amministratore comunale è quello di **#METTERE IN RETE** le persone che fanno impresa, creando un valore aggiunto per il territorio.

Una rete di questo tipo non porta benefici soltanto al bilancio delle aziende, ma ad un'intera comunità dando vita ad una forma di economia positiva. Il nostro Comune vuole continuare a supportare, con entusiasmo, questo progetto, magari con una proposta concreta in grado di coinvolgere tutti gli imprenditori di Coriano. Crediamo che da simili iniziative possano nascere ottime opportunità di scambio: non soltanto dal punto di vista delle vendite, ma anche della ricerca del personale. Per me e per tutta l'amministrazione comunale questa è senz'altro una priorità assoluta».

STATISTICHE CORIANO

superficie:
46,77 km²

abitanti:
10 495 (30-6-2017)

densità:
224,4 ab./km²



FRANCESCA GAMMICCHIA

Negoziatore, dibattito e public speaking

Come si fa a trasmettere un'idea? Cosa significa comunicare un concetto?

Finché si lavora da soli basta tradurre il nostro pensiero in risultati concreti... ma quando dobbiamo coordinarci con qualcun altro? Allora le nostre idee devono prima diventare parole, dobbiamo esprimerci e farci capire. Il public speaking fa questo: offre strumenti per arrivare prima al punto, in modo chiaro e lineare perché se i nostri interlocutori non comprendono ciò che abbiamo progettato nella nostra mente non stiamo, all'effettivo, producendo nessun risultato.

E cosa succede se i nostri interlocutori non condividono i nostri ragionamenti? Qui entra in gioco il dibattito, un'arte con radici profonde nella storia umana. Tramite il ragionamento, sinonimo di razionalità, si possono confrontare idee e punti di vista all'interno di

un collettivo di individui. Lo scopo è quello di giungere a conclusioni valide per tutti, ma per farlo bisogna obbligatoriamente passare da un confronto. Per vincere questa negoziazione (o quantomeno difenderla al meglio) ci si può allenare.

Vi sarà capitato almeno una volta di:

1) desiderare che il vostro progetto venga accettato durante la prossima riunione

2) conoscere bene il motivo per cui le proposte di un vostro concorrente/avversario/opponente non vanno bene e che non vanno accettate; nonostante tutto, non siete riusciti a difendere come volevate la vostra posizione? Allora seguitemi in questo percorso, leggete i miei consigli, e più che credermi a prescindere, provate! In prima persona, quotidianamente, nelle piccole cose!

chi sono? una persona che conosce il mondo del public speaking e che dal 2018 si occupa di diffondere le tecniche di dibattito con il progetto Talento Umano
perché leggermi? perché sogno un futuro di confronti verbali sempre più consapevoli nella vita quotidiana di ognuno di noi.
perché credermi?
Perché sarò vostra mentore di public speaking, dibattito e negoziazione all'interno di PerEvolvere in Rete



LE OPPORTUNITÀ PER IL TUO BUSINESS

Trova tutte le occasioni da non perdere per far crescere la tua azienda

TIROCINI

Apprendistato: l'età massima per l'assunzione di un'apprendista è di anni trenta non compiuti cioè anni 29 e giorni 364

TIROCINIO DI INSERIMENTO O REINSERIMENTO AL LAVORO

Rivolto a persone disoccupate e inoccupate o lavoratori in cassa integrazione. La durata massima del tirocinio comprese eventuali proroghe è di 12 mesi.

TIROCINIO RIVOLTO A PERSONE CON DISABILITÀ O IN CONDIZIONI DI SVANTAGGIO

I destinatari sono quindi persone con disabilità (Legge 68/99), persone svantaggiate (Legge 381/91), persone richiedenti asilo politico, persone titolari di protezione internazionale o umanitaria, persone in percorsi di protezione sociale.

La durata massima del tirocinio comprese eventuali proroghe è di 12 mesi, per svantaggiati, richiedenti asilo e in regime di protezione umanitaria o sociale. Massimo 24 mesi per persone con disabilità.

LA DITTA PER POTER ATTIVARE UN TIROCINIO DEVE AVERE I SEGUENTI REQUISITI:

- Non aver effettuato licenziamenti per giustificato motivo oggettivo o licenziamenti collettivi;
- Non deve fruire degli ammortizzatori sociali
- Deve essere in regola con la sicurezza e la legge 68/1999 (legge dei disabili)

MENTRE I REQUISITI CHE IL TIROCINANTE DEVE POSSEDERE SONO:

- Aver assolto l'obbligo scolastico
- Non aver svolto tirocini presso la stessa azienda
- Non aver svolto mansioni uguali a quella prevista dal tirocinio che si vorrà instaurare sia presso la stessa ditta che presso altri datori di lavoro.

Il compenso minimo previsto per il Tirocinante è di € 450,00 interamente a carico della ditta, tranne le ultime due tipologie di tirocini

ASSUNZIONI AGEVOLATE

APPRENDISTATO

Rivolto ai Giovani fino a 29 anni e 364 giorni Durata 3 anni, l'aliquota contributiva carico ditta è pari al 10%, se allo scadere del contratto di Apprendistato si conferma in servizio la ditta avrà l'agevolazione dell'aliquota ridotta al 10% per un ulteriore anno! Se invece non si intende confermare il contratto tempo indeterminato, 30 giorni prima della scadenza occorre dare all'apprendista una lettera dove non viene confermato in servizio. Oltre all'aliquota dei contributi ridotta anche lo stipendio è ridotto rispetto a quello dell'operaio, inoltre per gli apprendisti non si paga l'Inail e sono esclusi dal calcolo di alcuni obblighi (tipo la legge sui disabili.)

Dai tirocini di formazione ed orientamento agli incentivi per le imprese che vogliono assumere fino ad arrivare agli sgravi di natura fiscale: in questa pagina troverai elencate una serie di occasioni da cogliere al volo per far crescere il tuo business e restare sempre un passo avanti.

Grazie ai professionisti del settore, scoprirai quali sono gli strumenti legislativi a disposizione della tua azienda e saprai orientarti al meglio nel mare di opportunità che aspettano solo di essere raccolte.

È POSSIBILE ATTIVARE DIVERSE TIPOLOGIE DI TIROCINIO CON IL CENTRO PER L'IMPIEGO E SONO:



TIROCINIO FORMATIVO E DI ORIENTAMENTO

Ha come obiettivo accompagnare le persone nel passaggio tra il percorso formativo e il mondo del lavoro, ed è rivolto ai giovani che hanno conseguito un titolo di studio al massimo da un anno. La durata massima del tirocinio comprese eventuali proroghe è di 6 mesi.

TIROCINIO FINALIZZATO ALL'INCLUSIONE SOCIALE

Rivolto a persone prese in carico dai servizi sociali e sanitari o persone in condizione di grave disagio economico e sociale. La durata massima del tirocinio comprese eventuali proroghe è di 24 mesi.

(Tirocinio rivolto a persone disabili e tirocinio finalizzato all'inclusione sociale) dove il compenso può essere erogato direttamente dagli enti promotori.

TIROCINIO CON GARANZIA GIOVANI

E' rivolto ai Giovani fino a 29 anni che hanno assolto il diritto dovere all'istruzione e alla formazione professionale, iscritti a Garanzia Giovani e che hanno concordato con il Centro per l'impiego un percorso di tirocinio.

La durata minima del tirocinio è di 3 mesi massima di 6 mesi e non possono essere prorogati.

Il compenso previsto per il tirocinante è minimo di € 450,00

TIROCINIO CURRICULARE

Tirocini completamente gratuiti attivabili direttamente con gli istituti scolastici.

APPRENDISTATO OVER 29 ANNI

Rivolto a persone disoccupate che abbiano perso il lavoro e abbiano fatto domanda di disoccupazione e sia stata accolta, indipendentemente dall'età. L'assunzione si intende a tempo indeterminato, per tre anni si ha l'agevolazione contributiva pari all'aliquota prevista per l'apprendistato del 10% e la retribuzione è ridotta rispetto a quella dell'operaio perché si applica quella prevista per gli apprendisti.

Punto fondamentale è che nella ditta dove è stato licenziato sia stato con una mansione diversa da quella con cui si assumerà in apprendistato over 29 anni.

OVER 50

Rivolto a persone con 50 anni o più, disoccupate da oltre 12 mesi. In caso di assunzione a tempo indeterminato la ditta ha diritto a uno sgravio contributivo del 50% per 18 mesi. In caso di assunzione a tempo determinato lo sgravio del 50% spetta per 12 mesi, in caso di trasformazione prima della scadenza a tempo indeterminato si ha diritto a ulteriori 6 mesi di sgravio.

A cura di Cristiana Rossi

Consulente del lavoro, Contax SRL (continua nel prossimo numero)

OPPORTUNITÀ FISCALI

A cura di Dott. ANDREA PASSINI

Consulente aziendale e fiscale - Controllo di gestione - Finanza aziendale - Dottore commercialista

Aumento della deducibilità IMU

Un'informazione interessante, anche se non di diffusione pubblica riguarda l'aumento della deducibilità dell'IMU relativa agli immobili strumentali (come capannoni, uffici, ecc.): l'IMU diventa deducibile dal reddito nella misura del:

- 50% per il 2019;
- 60% per il 2020 e 2021;
- 70% a partire dal 2022.

Ancora il Super ammortamento

Viene reintrodotta il super ammortamento (costo di acquisizione maggiorato del 30%) per gli investimenti in beni materiali strumentali nuovi effettuati dal 1° aprile al 31 dicembre 2019 ovvero, se ordine e pagamento di acconti per almeno il 20% del costo di acquisizione avvengono entro il 31/12/2019, entro il 30 giugno 2020.

Revisione della mini IRES. Che cosa significa

Per le società di capitali l'aliquota IRES è oggi del 24%. Ciò significa che sul reddito imponibile di € 100k, si deve versare un importo di € 24k di imposta.

Tale aliquota IRES viene agevolata sugli utili reinvestiti (cioè non distribuiti ai soci) nella seguente misura:

- 22,5% per il 2019;
- 21,5% per il 2020;
- 21% per il 2021;
- 20,5% dal 2022.

L'iniziativa appare molto interessante per chi intende far crescere la propria impresa e non ha intenzione di distribuire dividendi.

Nasce il Credito d'imposta per fiere internazionali

Alle PMI italiane, esistenti al 1° gennaio 2019, è riconosciuto, per il 2019 (periodo d'imposta in corso al 1° maggio 2019), un credito d'imposta, pari al 30% di determinate spese sostenute per la partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali di settore che si svolgono all'estero, fino ad un massimo di € 60.000. Tale opportunità risulta interessante per coloro che intendono o svolgono attività di espansione commerciale all'estero.

Fatturazione elettronica con San Marino

Viene introdotto l'obbligo della fatturazione elettronica anche nell'ambito degli scambi commerciali tra Italia e San Marino.

Incentivi per l'edilizia

Fino al 31 dicembre 2021, per i trasferimenti di interi fabbricati a favore di imprese di costruzione o di ristrutturazione immobiliare che, entro i successivi 10 anni, demoliscono o ricostruiscono gli immobili (anche con variazione volumetrica) oppure li vendono, le imposte di registro, ipotecaria e catastale si applicano in misura fissa (€ 200). In caso di mancato rispetto delle condizioni sono dovute le imposte di registro, ipotecaria e catastale nella misura ordinaria e in aggiunta una sanzione del 30% delle stesse imposte e gli interessi di mora a decorrere dall'acquisto dell'immobile.

Bonus aggregazione per chi vuole crescere

Per coloro che intendono crescere, aggregandosi con altri, mediante operazioni effettuate dal 1° maggio 2019 e fino al 31 dicembre 2022 è possibile godere di un bonus fiscale, piuttosto tecnico e complicato da calcolare, ma sicuramente interessante.



dal Sogno alla Realtà

"Tutto ciò che puoi immaginare è reale"

Questa frase di Pablo Picasso potrebbe riassumere il racconto di questo articolo ...

Tutto inizia nell'autunno-inverno 2016 ...

Stavo ancora pensando se accettare l'ennesima sfida personale della mia vita, "portare" l'esperienza e il metodo Bni in Umbria..

Da poche settimane si stava pianificando una nuova "impresa": Aronne Group il progetto di Paola che io e Alessandro avevamo sposato....

Relazioni di Fiducia, consulenze, eventi di networking, Bni, un nuovo modo di lavorare, e tanta voglia di dimostrare al mondo che si può fare rete partendo da mondi diversi...

Un ex Assicuratrice, un Musicista, un Muratore che mettevano insieme le proprie esperienze, competenze e Passioni ..

Quel viaggio lampo serviva per far conoscere ad Ale e Paola, per valutare come una location "spettacolare" immersa nella campagna attorno ad Assisi potesse essere adatta per organizzare eventi di networking e incontri Bni ...

Fu un piacevole pomeriggio dove perlustrammo centrimetro per centimetro quel bellissimo Agriturismo insieme al proprietario Orlando Perini, la persona che io considero "il mio fratello maggiore acquisito"....

Mentre ci raccontava la storia di ogni suppellettile, mobile, pianta di ulivo, ricordo ancora la sua faccia stupita quando gli dissi :

"Vedi Orlando, quando ti ho invitato al lancio del Capitolo Malatesta il 12 ottobre, già immaginavo nella mia testa che il primo capitolo in Umbria sarebbe nato qui e che nel giro di poco tempo il fondatore di Bni insieme agli 'americani' avrebbe visitato l'Umbria e raccontato ad Assisi di come si può cambiare il modo di fare affari nel mondo !!!"

Ho sognato in grande quel giorno ma passare dal sogno alla realtà è un attimo, basta crederci ...

Quando a novembre del 2018 ci annunciarono a Milano che Misner a Maggio sarebbe tornato in Italia, l'immaginazione ha lasciato il posto all'azione....

Scrivere una Mail ai Misner e proporgli Assisi come il posto migliore per riposarsi tra la conferenza Bni italiana e quella francese ...

Immersi nel verde nel comfort di Villa Vita nel bosco di San Francesco a 2 Passi dalla Basilica di Assisi ...

21 maggio 2019

Se sogni puoi costruire la realtà che hai sognato

In quei mesi in attesa di quel giorno, sognavo l'incontro con i Misner sul lago Maggiore, sognavo io Ale e Paola con i Misner ad Assisi, dove tra un dialogo e l'altro (tradotto perché il mio inglese è tutto da imparare) parliamo a Beth del Tedx e finisce che le proponiamo di essere speaker a Coriano il 12 ottobre...

Si sognaDavide la fondatrice di Bni Fondation e Business Voices che accetta di salire sul palco di un evento con Titolo :

"Controverso, il Problema è l'occasione dei Forti!!!"

Mentre Sognavo questi giorni di maggio gli amici Claudio Messina, Guido Picozzi, Andrea Colombo, sul palco ad Assisi insieme ad Ale "Ivan" e "Beth"...

Arriva la connessione con Beth su Facebook e l'impossibile... diventa possibile...

Da una sua richiesta di amicizia social, grazie a un suo post decido di scriverle su Messenger (usando google Translate !!! Grazie San Google) e le chiedo: Beth, penso che tu possa fare una grande testimonianza di vita sul Palco del Tedx di Coriano, che ne pensi ?

"Wonderful !!!!! Great!!!"

Avrei 5 domande...

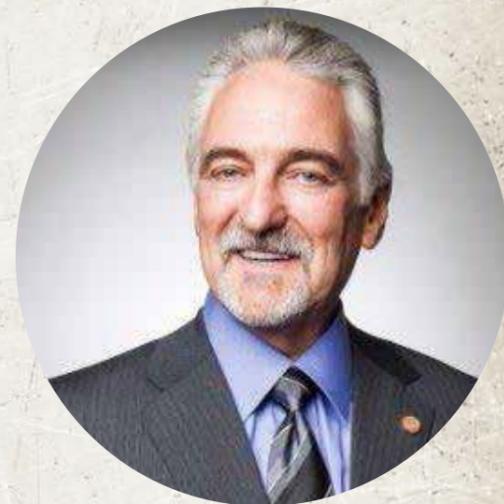
Le 5 risposte sono poi diventate un Sì...

dal Sogno alla Realtà
Sogna, Pensa, Agisci con Coraggio...

Givers Gain
Chi semina raccoglie...
21 maggio Hotel Cenacolo
Ore 7,45



Elisabeth Misner



Ivan Misner

DR. IVAN MISNER

Fondatore, Chief Visionary Officer BNI

Il Dr. Ivan Misner è il Fondatore & Chief Visionary Officer BNI, la più grande organizzazione di scambio referenze a livello mondiale. Fondata nel 1985, l'organizzazione ha oggi oltre 8.900 Capitoli in tutto il mondo. Solamente lo scorso anno i Membri BNI hanno scambiato oltre 11.2 milioni di referenze che hanno generato un business di oltre 14.2 dollari.

Il Dr. Misner ha conseguito il suo Ph.D presso l'Università della California. È un New York Times Bestselling author e ha scritto 23 libri. È anche un contributor per Entrepreneur.com ed è stato professore universitario e Membro del Consiglio direttivo dell'Università di La Verne.

Definito dalla CNN il Padre del Networking moderno e il più grande esperto di Networking da Forbers, il Dr. Ivan Misner è considerato uno dei più grandi esperti di networking a livello mondiale ed è spesso speaker durante convegni di associazioni e istituzioni in tutto il mondo.

È stato intervistato da L.A. Times, Wall Street Journal, e dal New York Times e ha partecipato a numerose trasmissioni televisive della CNN, della BBC e ha partecipato al The Today Show sulla NBC.

È anche il co-Fondatore della Fondazione Benefica di BNI (BNI Foundation) ed è stato recentemente nominato dalla Croce Rossa Humanitarian of the Year.

Ivan e sua moglie Elisabeth, sono adesso proprietari di un nido vuoto con tre figli adulti.

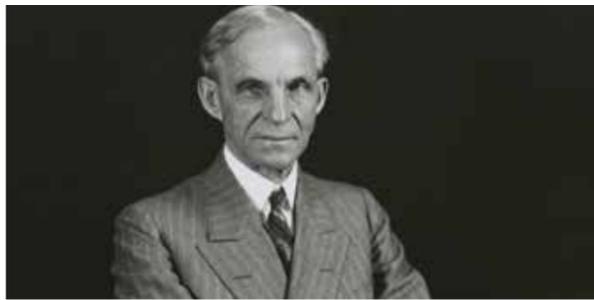
Ah, nel suo tempo libero (!!!) è mago dilettante e cintura nera di karate.

– IL PERSONAGGIO –

HENRY FORD

La reputazione è d'oro

Le due cose più importanti non compaiono nel bilancio di un'impresa: la sua reputazione ed i suoi uomini". È una frase molto attuale attribuita ad Henry Ford, fondatore dell'omonima casa automobilistica, che già



allora aveva capito come la fiducia fosse il vero motore di ogni business.

Grazie a questo insegnamento Ford riuscì a entrare nella vita di milioni di cittadini americani con la sua Ford T, il primo modello di auto prodotto in serie, dando di fatto inizio a una vera e propria rivoluzione.

La nostra forza sono i numeri

Ital Tetti un'azienda che ha trasformato la grande crisi dell'edilizia in un'opportunità

Valerio Annicchiarico

Ciao Valerio. Quali sono i numeri di Ital Tetti?

«Dalla sua fondazione, nel 2013, Ital Tetti – che è una cooperativa specializzata nella costruzione e ristrutturazione di tetti e coperture in tutta Italia – ha già realizzato oltre 760 cantieri, 350 tetti privati e smaltito più 65mila metri quadrati di amianto.

Oggi nel mondo dell'edilizia queste sono cifre davvero importanti. Anche perché, non dimentichiamolo, siamo partiti praticamente da zero. Abbiamo cercato di trasformare la grande crisi dell'edilizia, responsabile purtroppo della fine di tantissime imprese, in una vera e propria occasione, mettendo in pratica il know how acquisito in tanti anni di esperienza nel settore e imbarcandoci con coraggio in questa nuova avventura. Un'avventura che ci ha spinto a mettere in discussione tante delle nostre certezze ma che ci ha regalato anche numerose soddisfazioni.

Ottenere dei risultati, però, non basta. Occorre anche comunicarli.

«Proprio per questo abbiamo deciso di rivolgerci ad un'azienda esterna che ci sta aiutando per quanto riguarda il marketing e il posizionamento del brand.

Raggiungere determinati traguardi non basta: occorre anche essere bravi nel trasmettere all'esterno il proprio **#VALORE** imprenditoriale. I numeri, in tal senso, sono davvero importanti perché aiutano il potenziale cliente a farsi un'idea dell'azienda che ha davanti e infondono in lui una grande fiducia».

Cosa significa per te il termine 'fiducia'?

«Quando facciamo entrare uno sconosciuto in casa nostra vogliamo che si senta subito a suo agio.

Per me è questo il vero significato della parola fiducia: far capire al cliente che siamo le persone più adatte a soddisfare le sue esigenze. Senza questa condizione sarebbe praticamente impossibile cominciare a lavorare.

Ma la **#FIDUCIA** è preziosa anche quando parliamo del nostro staff e dei nostri collaboratori. Diciamo che è il requisito primario per poter operare in un ambiente sano e



chi sono? l'amministratore di un'azienda che è risorta dalle ceneri.
perché leggermi? per capire come crescere grazie alle partnership.
perché credermi? perché sappiamo raccontare i nostri numeri

“
Per me è questo il vero significato della parola fiducia: far capire al cliente che siamo le persone più adatte a soddisfare le sue esigenze.

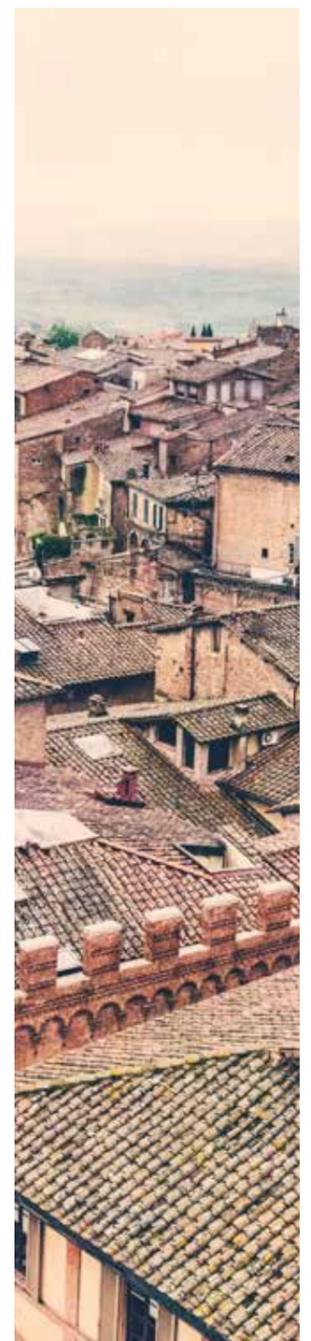
felice e quindi conseguire dei risultati degni di nota».

Cosa ne pensi delle sinergie tra aziende?

«Ital Tetti vive di sinergie. Il nostro comparto commerciale è affidato interamente ad un'azienda esterna, che sa come approcciarsi nel modo migliore ai potenziali clienti. Ma ci avvaliamo del supporto di aziende esterne anche per realizzare lavorazioni specifiche alle quali il nostro personale interno non può sopperire. In un mondo che va sempre più veloce e che cambia continuamente poter avere delle sinergie serie e durature nel tempo è il punto di partenza per far crescere l'azienda».

Che consiglio dare a una persona che inizia oggi la sua avventura imprenditoriale?

«Amore, impegno e passione per quello che fai».



FRANCESCA CAPELLINI

Gestione del tempo, organizzazione e gestione delle competenze personali e professionali

chi sono? un'emiliana vagabonda che ha dedicato la sua vita alla crescita del prossimo.

perché leggermi? perché con piccoli consigli si possono imparare alcuni semplici trucchi per organizzare al meglio il proprio tempo e ritrovare il sorriso.

perché credermi? perché sono la dimostrazione che questo metodo funziona.

Quale suggerimento dai a chi vuole imparare a gestire meglio il proprio tempo?

Dovete abbandonare per un momento i panni degli adulti e ricominciare a fare come i bambini.

Prendete carta, penna e matite colorate e sforzatevi di visualizzare, in modo grafico, la rosa delle vostre attività quotidiane, dagli impegni di lavoro all'ambito privato e delle relazioni.

Cercate di suddividere queste attività in tanti piccoli slot e stabilite quale spazio volete dedicare a ciascuno di essi. È un processo che vi aiuterà a capitalizzare il vostro tempo e a fissare una lista di priorità.

Ho sviluppato questo metodo durante gli anni del liceo, quando ero alla ricerca di uno strumento che mi permettesse di conciliare lo studio e la mia passione per i videogiochi, sfruttando in maniera proficua ogni

singolo minuto. Una strategia che si è rivelata vincente, dato che mi sono diplomata e laureata con il massimo dei voti, senza sottrarre tempo ai miei hobby.

La vita è troppo breve per rinchiuderci in un ufficio.

Un'organizzazione metodica e puntuale della nostra giornata è il segreto per ottimizzare lavoro e business.

Non vi resta che provare, sperimentare, buttarvi, con costanza e abnegazione, senza paura di sbagliare: i risultati, vedrete, arriveranno da soli.



*Smetti di spendere del tempo che vale dollari
in lavori da un penny.*

Mary Kay Ash

*Il miglior risultato si ottiene quando ogni componente
del gruppo fa ciò che è meglio per sé e per il gruppo.
Dinamiche dominanti, signori, dinamiche dominanti.*

dal film A Beautiful mind

*Se non cambiamo, non cresciamo.
Se non cresciamo, non stiamo davvero vivendo.*

Anatole France



MARCO ROSELLI

elios copy/ pay off

chi sono? un imprenditore appassionato di tecnologia.

perché leggermi? per scoprire come le relazioni sono il collante tra persone e innovazione.

perché credermi? perché io e il cliente facciamo parte della stessa famiglia.

Ciao Marco. Parli di Elios.

«All'inizio Elios era una semplice copisteria. Negli ultimi anni, tuttavia, ci siamo evoluti diventando un'azienda di stampa digitale tra le più tecnologiche sul mercato. Siamo in grado di stampare praticamente su qualsiasi supporto: dalla plastica al ferro passando per il legno oltre naturalmente ai classici libri e biglietti da visita».

Credi che il concetto di cambiamento abbia una valenza centrale per il tuo business?

«Indubbiamente. Ci consideriamo dei grandissimi **#INNOVATORI**. Non a caso cerchiamo sempre di acquisire nuovi macchinari, rimanendo sempre al passo con quella che è la frontiera tecnologica del momento. Spesso, in Emilia – Romagna, siamo i primi a dotarci di un determinato strumento di lavoro».

“**La tecnologia è la nostra passione. Stare al passo con i tempi è fondamentale**

Che atteggiamento hai nei confronti del tuo cliente?

«Negli ultimi tempi abbiamo cercato di rivoluzionare completamente l'approccio verso il nostro pubblico, adottando quello che viene definito one – to – one così da poterci concentrare singolarmente su ogni cliente e aiutarlo a soddisfare le sue esigenze nel modo migliore possibile. In Elios ci consideriamo una sorta di grande **#FAMIGLIA**, nella quale anche i clienti sono sempre i benvenuti: per questo motivo, a volte, organizziamo degli eventi ad hoc che servono proprio a rafforzare il senso di empatia e la fiducia che viene riposta in noi. Coccoliamo e valorizziamo il nostro target per fare in modo che possa affidarsi a noi senza preoccupazioni».

Così sono entrato nella vita di 10mila famiglie

Salvatore Dolce, un matematico con la vocazione per l'imprenditoria, ha rivoluzionato il mondo della comunicazione condominiale: "Inquilini ed amministratori sono i nostri partner principali"

Ciao Salvatore. Parli della tua azienda.

«Con Laserwall abbiamo messo a un punto un innovativo sistema di comunicazione condominiale basato su un tablet interattivo posto di fianco all'ascensore. La particolarità sta nel fatto che abbiamo deciso di cedere gratuitamente, ai condomini interessati, i nostri dispositivi all'avanguardia. Inquilini e amministratori diventano, in questo modo, i nostri **#PARTNER** principali, dando vita a un rapporto basato non tanto sul denaro quanto piuttosto sul fidarsi l'uno dell'altro.

Come riusciamo a creare del valore? Semplice: offriamo la possibilità, ad aziende esterne, di promuoversi e farsi pubblicità attraverso dei banner presenti sui nostri apparecchi, che possono essere monitorati in tempo reale grazie ad un'interfaccia che garantisce la massima trasparenza. Al momento sono più di 10mila le famiglie che hanno scelto Laserwall per il proprio condominio. Una scelta sicura per digitalizzare le comunicazioni, per la sicurezza della propria casa e per accedere a servizi di e-commerce esclusivi».

Laserwall collabora anche con altre aziende?

«Spesso siamo costretti a confrontarci con realtà molto più grandi di noi. Per arrivare al successo non possiamo prescindere dalle **#SINERGIE** con altri imprenditori e professionisti. Noi di Laserwall abbiamo messo a punto fin da subito una fitta rete di collaborazioni con operatori del mondo condominiale, edile e delle pubbliche amministrazioni. E' questo a darci una marcia in più».

Come scegli i tuoi collaboratori?

«Chi vuole entrare nel nostro team viene sottoposto a una valutazione molto severa sulla base dei risultati raggiunti. Una volta che sono dentro, però, cerchiamo di accordare alle persone la massima fiducia e la massima **#LIBERTÀ**. Libertà di gestire il tempo, di portare a ter-

mine un compito seguendo la strada che preferiscono, di ritagliarsi dello spazio per i rapporti personali. Crediamo che soltanto in questo modo un collaboratore possa essere spronato a raggiungere degli obiettivi degni di nota. E' molto meglio avere al proprio fianco la persona giusta che un prodotto super da lanciare sul mercato».



chi sono? un laureato in matematica con la vocazione per l'imprenditoria

perché leggermi? perché ho imparato che il gioco di squadra non si fa solamente a calcetto

perché credermi? perché a meno di 30 anni sto rivoluzionando il mondo della comunicazione condominiale.



PAOLA ARONNE

Esperta di relazioni di fiducia specializzata nel sviluppare più fatturato in meno tempo

chi sono? la persona più diffidente che io conosca

perché leggermi? perché il mio punto di vista spiazza le altre persone

perché credermi? perché ho capito come trasformare la sabbia in oro grazie alla fiducia.

La miniera d'oro su cui sei seduto. Segreto n.1

Sviluppare nuovi contatti per ogni imprenditore significa sviluppare nuovo potenziale fatturato. La ricerca continua di contatti in alcuni settori è addirittura un'ossessione.

Penso al settore delle telecomunicazioni. Puro Spam. Fare chiamate a freddo o andare a conoscere persone agli eventi è sempre ad alto rischio di fare SPAM. Dopo un paio di anni nella vendita professionale ho visto i primi risultati di alcune strategie alternative alle pagine gialle ed ho iniziato ad usare il telefono solo per ricevere o gestire nuovo lavoro.

Perché cercare altre strade? Ho sempre avuto paura di essere considerata una rompiscatole e le ho studiate di tutte per riuscire ad evitarlo!

Per qualcuno andare a caccia di un nuovo cliente può essere più stimolante.

Pensando che sappiamo già tutto di loro i clienti già acquisiti spesso li lasciamo nel dimenticatoio! E come ogni essere umano invece evolvono in esigenze e consapevolezza.

Già nei primi anni della mia attività commerciale ho scoperto il primo segreto per far esplodere il mio fatturato: far sì che i clienti mi apprezzassero come persona al di fuori della vendita, diventando una persona chiave per risolvere i problemi e questo ha abbattuto la diffidenza che non ti faceva vendere quando lo volevo io.

La resilienza del tuo fatturato passa dalla Confidenza che generi con il tuo portafoglio clienti.



BUSINESS TASTING 2020

29
GIUGNO 2019

PALACE HOTEL SAN MARINO
Via Cinque Febbraio, 47899 Serravalle, San Marino



EVENTO ANNUALE

DEL NETWORKING

PROFESSIONALE

CHE POTENZIA

IL TUO BUSINESS



PAOLA ARONNE
esperta di relazioni di fiducia



DAVIDE VENTURI
esperto di creazione reti aziendali



NATASCIA PUTRONE
esperta di intelligenza emotiva



CLAUDIO MESSINA
ideatore del format e del libro Referral Tasting
esperto di marketing relazionale



ANDREA CONTI
CEO di Big Rocket
esperto di brand positioning



DANIELE DI BENEDETTI

esperto di marketing on-line

CHI È

DANIELE DI BENEDETTI?

Esperto di Marketing On-Line, Public Speaker Internazionale, Risvegliatore e Spara Banalità ad Alte Prestazioni.

Ha studiato PNL e Coaching ad Alte Prestazioni, Strategie di Marketing Avanzate e Storytelling d'impresa negli USA dai migliori al mondo.

Si è certificato NLP Business Master Practitioner, NLP Coach.

Negli ultimi anni ha formato migliaia di persone e tiene eventi motivazionali e altamente trasformativi in Italia e all'estero.

E' autore bestseller del libro edito Mondadori "Ricordati di Sorridere".

Vuoi capire come fare più affari in meno tempo?

Come costruire la tua rete di supporto e aumentare il tuo fatturato e i tuoi margini partendo dai contatti che hai già

Aumentare il tuo fatturato e i tuoi margini partendo dai contatti che hai memorizzato nella tua rubrica telefonica.

Possibile?

- Sì, se sai come fare!

E' proprio ciò che ti aiuteremo a capire trasmettendoti metodi e strumenti che puoi mettere in pratica fin da subito per ottenere questi obiettivi.

EVENTO Un ponte con la Cina, 350 imprenditori sul Titano



L'evento si terrà al Palace Hotel nel mese di giugno

OLTRE 350 imprenditori si danno appuntamento a San Marino. Ai nastri di partenza la terza edizione di "Business Tasting 2.0", l'evento di networking professionale che farà tappa al Palace Hotel di San Marino il 29 giugno. Scopo dell'iniziativa è quello di aiutare imprenditori e professionisti a sviluppare la loro rete di contatti e quindi far crescere il loro business. Un'edizione, quella di quest'anno, che si propone di creare un ponte con la Cina, facendo proprio il concetto filosofico di "guanxi", che riveste fin dal V secolo un ruolo fondamentale all'interno della dottrina confuciana. Il termine "guanxi" indica, nella società cinese, una trama di relazioni personali ed economiche, un "network" di contatti a cui un individuo può fare riferimento per conseguire determinati obiettivi di vita. "In Cina - spiega in una nota Giorgio Matassoni, tra gli organizzatori dell'iniziativa - prima

IL RESTO DEL CARLINO

"Business Tasting", 350 imprenditori sul Titano per un ponte con la Cina

Il mondo dell'imprenditoria romagnola si dà appuntamento sul Titano. Ai nastri di partenza la terza edizione di "Business Tasting 2.0", l'evento di networking professionale che farà tappa al Palace Hotel di San Marino (via Cinque Febbraio a Serravalle) il 29 giugno prossimo: previsti oltre 350 partecipanti. Scopo dell'iniziativa è quello di aiutare imprenditori e professionisti a sviluppare la loro rete di contatti e quindi far crescere il loro business. Un'edizione, quella di quest'anno, che si propone di creare un ponte con la Cina, facendo proprio il concetto filosofico di "guanxi", che riveste fin dal V secolo un ruolo fondamentale all'interno della dottrina confuciana. Il termine "guanxi" indica, nella società cinese, una trama di relazioni personali ed economiche, un "network" di contatti a cui un individuo può fare riferimento per conseguire determinati obiettivi di vita.

un network di contatti a cui un individuo può fare riferimento per conseguire determinati obiettivi di vita. "In Cina - spiega Giorgio Matassoni, tra gli organizzatori dell'iniziativa - prima di parlare di lavoro con un cliente o un potenziale cliente, si passa del tempo assieme, per conoscersi, entrare in confidenza, instaurare un dialogo basato sulla fiducia. Le relazioni umane sono sacre. Non esistono relazioni economiche stabili, sane e profittevoli, se non sono la fisiologica conseguenza di un rapporto personale di fiducia. Guanxi è un ideogramma che si compone di due caratteri: 'guan', coinvolgere, mettere al centro, e 'xi', connettere, relazionarsi. Lo abbiamo scelto come filo conduttore della prossima edizione di

"Business Tasting" in quanto crediamo fortemente nel suo significato. Il palco tondo al centro della sala, con tutta la platea intorno, simboleggerà la centralità della persona, la relazione umana prima ancora della relazione economica". Cinque gli speaker che saliranno sul palco per condividere la loro esperienza insieme al pubblico: Paola Aronne, Davide Venturi, Natascia Putrone, Andrea Conti, Claudio Messina più un super ospite a sorpresa, il cui nome verrà rivelato prossimamente.

L'INFORMAZIONE DI SAN MARINO

L'imprenditoria romagnola si ritrova a Serravalle per il "Business Tasting"

Il mondo dell'imprenditoria romagnola si dà appuntamento sul Titano. Ai nastri di partenza la terza edizione di "Business Tasting 2.0", l'evento di networking professionale che farà tappa al Palace Hotel di San Marino (via Cinque Febbraio a Serravalle) il 29 giugno prossimo: previsti oltre 350 partecipanti. Scopo dell'iniziativa è quello di aiutare imprenditori e professionisti a sviluppare la loro rete di contatti e quindi far crescere il loro business. Un'edizione, quella di quest'anno, che si propone di creare un ponte con la Cina, facendo proprio il concetto filosofico di "guanxi", che riveste fin dal V secolo un ruolo fondamentale all'interno della dottrina confuciana. Il termine "guanxi" indica, nella società cinese, una trama di relazioni personali ed economiche, un "network" di contatti a cui un individuo può fare riferimento per conseguire determinati obiettivi di vita.

di parlare di lavoro con un cliente o un potenziale cliente, si passa del tempo assieme, per conoscersi, entrare in confidenza, instaurare un dialogo basato sulla fiducia. Le relazioni umane sono sacre. Non esistono relazioni economiche stabili, sane e profittevoli, se non sono la fisiologica conseguenza di un rapporto personale di fiducia. Guanxi è un ideogramma che si compone di due caratteri: 'guan', coinvolgere, mettere al centro, e 'xi', connettere, relazionarsi. Lo abbiamo scelto come filo conduttore della prossima edizione di Business Tasting in quanto crediamo fortemente nel suo significato. Il palco tondo al centro della sala, con tutta la platea intorno, simboleggerà la centralità della persona, la relazione umana prima ancora della relazione economica".

Cinque gli speaker che saliranno sul palco per condividere la loro personale esperienza insieme al pubblico di "Business Tasting": Paola Aronne, Davide Venturi, Natascia Putrone, An-

Per ulteriori informazioni e iscrizioni: <https://www.businessstasting.com/edizione2019/>; <https://www.facebook.com/businessstasting/>



LA SERENISSIMA



Scan me

CONTATTI

join and contact us

bt@businessstasting.com

Business Tasting 2.0

Business Tasting 2.0

Business Tasting 2.0

**SCOPRI IL PROGRAMMA COMPLETO SU:
www.businessstasting.com**

Il cambiamento è il processo col quale il futuro invade le nostre vite.

Alvin Toffler

Sii come la fonte che trabocca e non come la cisterna che racchiude sempre la stessa acqua.

Paulo Coelho

All'università non ho passato alcuni esami in diverse occasioni. I miei amici invece sì. Ora loro sono ingegneri e lavorano alla Microsoft. Io ne sono proprietario.

Bill Gates



LORENA BALDINI

Distributore indipendente Enagic

chi sono? una persona che sa prendersi cura degli altri
perché leggermi? per scoprire chi è il tuo vero datore di lavoro
perché credermi? perché un'infermiera può diventare imprenditrice senza perdere la sua umanità.

Ciao Lorena. Parli della tua attività.

«Da oltre dieci anni lavoro e collaboro con Enagic, azienda leader a livello internazionale nella progettazione e produzione di presidi ad alta tecnologia dedicati alle acque alcaline ionizzate».

Qual è la lezione più importante che hai imparato facendo l'imprenditrice?

«Di solito siamo abituati a pensare che il nostro datore di lavoro sia colui che ci assume. A parere mio il vero datore di lavoro sono i nostri **#CLIENTI**, quelli con cui misuriamo e confrontiamo ogni giorno. Grazie a loro, abbiamo la possibilità di moltiplicare le nostre opportunità e quelle di altre aziende. Per questo è importante instaurare, fin da subito, delle forti relazioni di fiducia.

“

Vengo dal mondo dell'infermieristica e so come prendermi cura degli altri

Per farlo, oltre alla qualità del prodotto, è fondamentale essere onesti. Facciamo sentire bene le persone, aiutiamole a superare le loro paure, le loro incertezze e saremo ricambiati nel migliore dei modi».

Quale suggerimento ti senti di dare a un imprenditore in erba?

«La prima regola è conoscere noi stessi. La seconda è prenderci cura delle altre persone: per me è stato facile, in quanto vengo dal mondo dell'infermieristica e della naturopatia. Impegnarsi a mettere a proprio agio i nostri clienti e collaboratori, dando loro l'**#OPPORTUNITÀ** di essere loro stessi e di esprimersi, questa è la buona strada per raccogliere dei grandi risultati».

IL MARKETING? È TUTTA QUESTIONE DI FIDUCIA

Davide Recchia svela i segreti del copywriting: "Per convincere il cliente dobbiamo dimostrare di essere davvero i più bravi: mostrare i risultati raggiunti con le altre aziende è un modo sicuro per abbattere qualsiasi barriera"

Ciao Davide. Di cosa ti occupi?

«Mi occupo di strategie di marketing aziendale, in particolare modo di copywriting.

Quella del 'copy' è una figura che spesso non viene compresa, almeno in un primo momento: per questo è di fondamentale importanza instaurare un rapporto trasparente e di totale **#FIDUCIA** con il cliente».

In che modo ci riesci?

«Il mio obiettivo è aiutare il cliente a vendere un determinato prodotto al suo target di riferimento. La prima cosa da capire è perché è stato creato il prodotto in questione, che bisogno risolve. Poi bisogna entrare dentro la testa della persona che lo deve comprare e fargli capire che è migliore delle altre soluzioni disponibili sul mercato.

È un processo tutt'altro che immediato, che richiede tempo e **#DEDIZIONE**. Con i miei clienti intrattengo telefonate quasi quotidiane: restiamo sempre in contatto per poterci confrontare sulle evoluzioni del mercato e le mosse dei 'competitor', così da poterci orientare nelle scelte e calibrare la proposta di marketing.

La fiducia non si genera con uno schiocco di dita, ma i rapporti vanno coltivati in maniera meticolosa e soprattutto dimostrandosi attenti al progetto del cliente».

Spesso non è facile superare la barriera che si frappone tra noi e chi ci sta davanti, come fai tu?

«Grazie al mio carattere e al fatto che sono un copywriter, sono una persona molto empatica e questo mi aiuta tantissimo nella fase iniziale. L'empatia però da sola non basta a convincere le persone ad affidarsi a me e aprire il portafoglio per avvalersi del mio servizio.

Occorre dimostrare di essere davvero abili come si dice. E per farlo mostro i miei risultati precedenti, parlando dei **#TRAGUARDI** raggiunti con le altre aziende.

Numeri alla mano. È il passo decisivo che conferma che

so di quello che sto parlando, e crea una fiducia totale in pochissimo tempo.

Chiedere a persone che nemmeno ci conoscono di condividere con noi le loro strategie imprenditoriali, mostrarci i numeri dell'azienda, e aprirci la porta della loro vita e del loro business è qualcosa che richiede un enorme sforzo di fiducia da parte di qualsiasi interlocutore».



chi sono? un appassionato di vendite e tecnologia.
perché leggermi? per scoprire come creare fiducia dai primi istanti in cui hai a che fare con qualcuno
perché credermi? perché se non raggiungo i risultati promessi non voglio i tuoi soldi.



ROBERTO CAPORALE

Sistema di marketing e digitalizzazione dei processi

chi sono? Sono uno Sviluppatore di Software, Nerd da 30 anni, che da 15 si è innamorato del Marketing
perché leggermi? In queste righe condenserò tecniche e consigli pratici per costruire solidi progetti di online marketing e rendere digitali ed automatici i processi in azienda.
perché credermi? Sono l'Uomo dietro le quinte (o nella stanza dei bottoni) di molti progetti ed aziende di successo che da anni, si affidano alla mia tecnologia ed ai miei servizi di consulenza.
Metterò la mia esperienza a tua disposizione.

Puoi fornirci qualche utile in consiglio in tema di sistema di marketing e digitalizzazione dei processi?

Oggi l'imprenditore che si affaccia alla ricerca di nuovi canali di vendita o di promozione online viene bombardato da migliaia di proposte dai toni sempre più alti e "promesse" sempre più mirabolanti e sempre meno affidabili. "Diventa milionario con questa nuova formula", "crea i clienti imparando questo trucco", etc. Tutti "oggetti luccicanti" che dovremmo evitare come la peste e che spariranno dopo pochi mesi, così come sono arrivati. Qualcuno si ricorda ancora del POKEMON GO Marketing? E dello SnapChat Marketing? Ecco appunto. Il Marketing ha bisogno di solidità.

Da Professionista della "vecchia guardia" che ha visto letteralmente nascere e svilupparsi internet e quello che ora chiamiamo Marketing Automation posso con-

sigliare di "partire sempre dai fondamentali" e avvicinare la costruzione di un progetto di online marketing alla stregua di quella di un edificio.

Si inizia quindi da solide fondamenta, ovvero creare un forte posizionamento, poi si erge il muro maestro dei contenuti, poi si lavora sulla facciata dell'edificio, ovvero sulla presenza web, e così via, fase dopo fase, fino a quello che rappresenta il "tetto" di un Marketing Building™ ovvero la creazione di un cruscotto di indicatori per avere sempre in "protezione" tutto il progetto.

In questo modo, seguendo uno schema chiaro e documentato, potremo definire con esattezza i ritorni dei nostri investimenti ed avere chiare le fasi per arrivare a mercato con qualcosa che sia destinato a durare.



- IL PERSONAGGIO -

RICHARD BRANSON

Una vita al massimo

Molti lo conoscono, oltre che per un impero miliardario, anche per le sue pazzie: dal fare kitesurf con una modella nuda sulla schiena ad acquistare un'intera isola per 320mila dollari.



Ma c'è un aneddoto sulla vita di Richard Branson, patron del gruppo Virgin, che ben pochi sanno.

L'imprenditore britannico ha raccontato, in un'intervista, di portare sempre con sé un taccuino: "Non so dove sarei se non avessi sempre avuto una penna a portata di mano per scrivere le mie idee non appena mi venivano" ha confidato.

Perché non possiamo fare a meno delle doti umane

Il mondo del lavoro va verso l'automazione: meglio investire sulla formazione tecnica o sulle relazioni personali?

PIÙ AFFARI
IN MENO TEMPO

PALACE HOTEL
SAN MARINO
Via Cinque Febbraio, 47899
Serravalle, San Marino

29
GIUGNO 2019

BUSINESS
TASTING



chi sono? la persona più diffidente che io conosca.
perché leggermi? perché il mio punto di vista spiazza le altre persone
perché credermi? perché ho capito come trasformare la sabbia in oro grazie alla fiducia

Paola Aronne (esperta di relazioni di fiducia specializzata nel sviluppare più fatturato in meno tempo)

Intorno agli anni '20 l' University of Chicago e la United YMCA Schools condussero una ricerca per stabilire che cosa volessero studiare gli adulti. L'inchiesta venne a costare 25 mila dollari e due anni di lavoro. Un'analisi di dati vecchio stile, oggi si direbbe analisi di big data e si farebbe in poche settimane. Migliaia di persone risposero a 156 domande come:

- qual è la sua professione ?
- che studi ha fatto ?
- che reddito ha?
- quali sono i suoi hobby?
- che ambizioni ha?
- quali materie le piacerebbe studiare ?

Quest'indagine rivelò che la prima cosa che interessava di più alla popolazione adulta americana era la salute. Al secondo posto ci stava "la gente": comprendere la gente,

“**Se abbiamo un sogno ma poi non lavoriamo sulle nostre caratteristiche a livello umano, di quel sogno cosa rimarrà?**”

come starci insieme, come indurla a diventare simile a te. Sono passati 100 anni e sembra proprio che nulla sia cambiato. Perché? Provo a rispondere a questa domanda con l'umiltà dell'ultima arrivata.

Da sempre ogni volta che un bambino viene al mondo sappiamo già che subirà condizionamenti sociali ed educativi strettamente dipendenti dal suo luogo di nascita. Creerà amicizie e le prime relazioni in un contesto sociale e temporale caratterizzato da schemi, limiti e regole che si andranno a scontrare con le sue paure, i suoi desideri e le sue più folli ambizioni. Anche nelle relazioni umane in famiglia, nel lavoro, nella rete di contatti in generale. Viviamo in società interconnesse che attraversano epoche economiche differenti e relativi **#SCHEMI** relazionali.

Schemi relazionali che si contraddistinguono per livelli di diffidenza e empatia spesso diametralmente opposti tra loro. Intanto ogni giorno ci continuiamo a formare per migliorare la nostra preparazione tecnica. Spesso risulta più facile e nel nostro controllo.

Le relazioni non sono altrettanto semplici. Ma serve proprio concentrarsi sulla preparazione tecnica in vista di quello che accadrà con l'automazione? Una ricerca di qualche anno fa della Carnegie Foundation ha evidenziato un fatto fondamentale: il successo finanziario è dovuto per il 15% da solide conoscenze di settore e per l'85% da **#DOTI** umane come la personalità e la capacità di farsi seguire dalla "gente". Siamo quello per cui lavoriamo incessantemente.

Se lavoriamo per il ruolo rischiamo di diventarlo, ma quando questo non sarà più necessario nella società moderna cosa rimarrà dell'uomo?

Se lavoriamo per la tecnica rischiamo di essere strumento del successo di altri, ma quando diventiamo attori della nostra evoluzione personale?

Se abbiamo un sogno e lo pensiamo in grande ma poi non lavoriamo sulle nostre caratteristiche a livello umano, di quel sogno cosa rimarrà? Se vogliamo realizzarci e avere successo è fondamentale partire dalle **#COMPETENZE UMANE**, in modo da portare le nostre capacità relazionali a diventare il motore di ogni cosa.



NATASCIA PUTRONE

Relazione di team

chi sono? una persona che sa cosa significa fare gioco di squadra.

perché leggermi? perché sono una eterna appassionata del mondo delle relazioni e ho spazionato in ogni tipo di relazione, da quelle aziendali a quelle affettive.

perché credermi? perché ci metto il cuore in ciò che propongo... altrimenti sto zitta!

Come si costruisce un team coeso?

Attraverso l'ascolto e lo sviluppo delle competenze, in un clima collaborativo e non competitivo.

Le persone hanno tantissimi talenti latenti, hanno passioni e valori che spesso non esprimono, perché durante i colloqui si assume per competenze legate al settore lavorativo, ma non ci si sofferma sulla persona, sulle sue capacità empatico relazionali.

Questo porta le persone a competere e a non amalgamarsi. Un gruppo è vincente perché le persone che formano quel gruppo hanno intelletto, intelligenza emotiva e una forte componente di sensibilità sociale orientata al raggiungimento di obiettivi. Una squadra composta di individui che si fidano tra loro funziona meglio.

Il concetto è: perché buttarti in affari con una squadra di cui non ti fidi? È importante capire che in un gruppo di lavoro ci può essere un individuo meno affidabile o sfiduciato: il problema sta nel valutare quanto l'affidabilità del gruppo di lavoro possa essere messa in discussione anche solo da quell'individuo. Inoltre si è scoperto che le persone con uno stile di pensiero positivo sono portate all'umorismo e ciò produce una valutazione di maggiore affidabilità rispetto agli altri.

Quando le dinamiche di gruppo sono forti, le persone iniziano a scherzare insieme e tenderanno a parlare tra loro del lavoro anche fuori dall'ufficio.

L'umorismo rende coeso un gruppo di lavoro. Infine: è fondamentale definire sempre gli obiettivi che si vogliono raggiungere per fare in modo che le soluzioni coinvolgano davvero tutti.

RESILIENZA

cos'è e cosa puoi fare per allenarla

Immagina una bambina che ha già le idee chiare: diventare una campionessa di fioretto! Ogni giorno si allena finché una malattia costringe i medici ad amputarle gli avambracci e le gambe sotto al ginocchio.

Fine del sogno.

E invece no perché non ci rinunciava mai e con l'aiuto di protesi speciali e a costo di sacrifici ricomincia ad allenarsi adattandosi ai cambiamenti del suo corpo. Ormai adulta, trionfa alle paralimpiadi di Rio del 2016 vincendo la sua prima medaglia d'oro nel fioretto individuale.

Lei è Bebe Vio e ho scelto di raccontarti la sua storia per un motivo. Davanti ad un evento drammatico che non poteva prevedere aveva due strade: disperarsi e lasciare perdere tutto o reagire e andare avanti per la sua strada. Lei ha scelto la seconda.

E' così che ha tirato fuori la caratteristica che le ha permesso di raggiungere il suo desiderio. Si chiama Resilienza ed è "la capacità di un sistema di adattarsi al cambiamento". Per averla hai bisogno di Persistenza, Autostima, Controllo, Ottimismo e di evitare di temere le sconfitte e i fallimenti imparando a vederli come momenti di crescita. E' un muscolo e puoi allenarla, esattamente come fai con gli addominali in palestra.

Vediamo come in 5 passi:

1) DAI ALLA TUA MENTE STIMOLI POSITIVI

A tutti capita di sbagliare, solo chi non fa nulla non li commette! L'importante è cosa ti dici in quel momento. Sostituisci frasi come

"Non sono stato bravo"

"Non uscirò mai da questa situazione!" con

"Sono in grado di farlo!"

"Trovo un modo"

"Come posso fare per..?"

2) ACCETTA I MOMENTI "NO"

Ci sono aspetti che non puoi controllare e con i quali hai bisogno di convivere. Accettare questi momenti "no" e considerarli parte della tua Vita è ciò che puoi fare, quindi, per affrontarli e superarli con più serenità e forza interiore.

3) DEFINISCI I TUOI OBIETTIVI

Quando non hai chiaro cosa vuoi ottenere non puoi definire il percorso per arrivarci. Cosa ti serve quindi per sviluppare la Resilienza? Scrivere una lista di 10 obiettivi che ti stanno a cuore dandoti una tempistica precisa per raggiungerli!

4) PRENDITI I MERITI

Hai portato a casa un cliente importante, tutti si complimentano con te e tu che fai? Ti sminuisci e abbozzi un sorriso stringato come se ti desse fastidio quell'attimo di successo. Inizia invece ad accettare i tuoi meriti, ad esserne fiero e a gratificarti: migliora l'umore e ti fortifica!

5) SVILUPPA LA GRATITUDINE

Essere grato è un ottimo modo per mettere l'attenzione su ciò che hai e sulle possibilità che puoi cogliere grazie ai tuoi punti di forza. Come iniziare? Pensa a 5 persone che vuoi ringraziare per la giornata trascorsa. Scrivi i nomi spiegando il motivo. Continua a farlo per almeno 20 giorni e ti stupirai di quanto diventerà un'abitudine positiva irrinunciabile!

Romina Mattoni

I PROTAGONISTI di TEDxCoriano



Nella Resilienza ho trovato il Sorriso per contagiare le persone attorno a me | Mirko Acquarelli | TEDxCoriano
1.500 visualizzazioni

Il 26 luglio 2006 Mirko Acquarelli è alla guida della sua auto. Una distrazione e all'improvviso si ritrova intrappolato nell'abitacolo senza più sentire la sensibilità alle gambe.

Da quel momento la sua vita cambia e all'inizio non è stato semplice accettarlo finché un giorno, guardandosi allo specchio e non riconoscendo più il Mirko di prima, ha promesso a se stesso che avrebbe trovato il modo per continuare a vivere.

Mirko Acquarelli

Nella Resilienza ho trovato il Sorriso per contagiare le persone attorno a me

Il suo talk è un racconto Emozionante e Toccante che ripercorre le tappe del suo percorso per arrivare ad essere ciò che è oggi.

Il suo talk è un racconto Emozionante e Toccante che ripercorre le tappe del suo percorso per arrivare ad essere ciò che è oggi: un ragazzo che non molla, Felice ogni giorno e ogni secondo e un esempio per tutte le persone che incontra!

Giocatore appassionato e determinato, fa parte della squadra Riviera Basket Anmil Sport Italia. I suoi Sogni? Creare un settore giovanile per ragazzi con disabilità, arrivare in serie A e contagiare le persone con il suo Sorriso!



Elogio al Fallimento - Sbagliare nell'Economia del Risultato | Lucio Gardin | TEDxCoriano
853 visualizzazioni

Lucio Gardin - Elogio al Fallimento
l'importanza di sbagliare nell'economia del risultato

Spesso il Fallimento viene visto come qualcosa di totalmente negativo che marchia a fuoco una persona per sempre. E se invece fosse necessario? E se servisse per imparare e migliorarti? Lucio Gardin mette in evidenza proprio questi aspetti dando vita ad un Talk in cui, tra esperienze personali, battute pungenti, ironia e divertimento, ti invia un messaggio forte e chiaro: il Valore di formare quella piccola crosticina che si chiama Esperienza!



Siamo vulnerabili perché vivi | Leonardo Fraternali | TEDxCoriano | Leonardo Fraternali | TEDxCoriano
581 visualizzazioni

Leonardo Fraternali

Siamo vulnerabili perché vivi

La parola Resilienza arriva dalla Fisica e indica la capacità di un materiale di assorbire un urto senza rompersi. Il punto è che noi non siamo materiale e rispondiamo allo stesso stimolo in maniera diversa perché siamo Umani con caratteristiche uniche! Tra citazioni socio-culturali e condivisione di momenti personali anche dolorosi Leonardo Fraternali sfata il mito della ricerca della perfezione per concentrarsi su altro: la Vulnerabilità come simbolo di Vita!



Perché siamo cablati per la socialità | Veruscka Gennari | TEDxCoriano
651 visualizzazioni

Veruscka Gennari

Perché siamo cablati per la socialità

Il nostro Benessere e la nostra Felicità dipendono dalla qualità delle nostre Relazioni. Peccato che la società che stiamo costruendo funzioni al contrario rispetto a come siamo stati creati: Esseri cablati per la Socialità! La buona notizia è che possiamo invertire la rotta e Veruscka Gennari illustra come e perché farlo usando video, immagini e un "allenamento" speciale che puoi mettere subito in pratica anche Tu usando semplicemente il tuo smartphone!



A Lezione di Resilienza | Andrea Roberto Bifulco | TEDxCoriano
1.871 visualizzazioni

Andrea Roberto Bifulco

A lezione di Resilienza

Cos'è la Resilienza? Con quali immagini possiamo rappresentarla? A queste e ad altre domande risponde Andrea Roberto Bifulco nel suo talk in cui usa la sua esperienza personale (e un episodio che gli è successo proprio il giorno prima dell'evento!) come fonte di esempio e di ispirazione trasmettendoti 7 azioni da mettere in pratica per diventare più Resiliente e affrontare i momenti non semplici da un punto di vista diverso e con più forza.



Test sulla resilienza, titolo?

Sottotitolo: scopri quanto sei resiliente parole parole parole parole

PERCEZIONE

Credo che la mia vita sia significativa e degna di essere vissuta.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Noto cose nuove e positive più che cose negative.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sono consapevole dei miei sentimenti e non permetto loro di controllarmi.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

PRENDERE IN MANO LA PROPRIA VITA

Ritengo di poter influenzare la mia vita e non sono vittima delle circostanze.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Mi avvicino alle cose (piacevoli e spiacevoli) e agisco.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ho impostato chiare priorità per la mia vita.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

FORMARE RELAZIONI

Ho almeno una persona nella mia vita con cui posso condividere tutto - il bene e il male.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ritaglio del tempo per le persone che sono importanti per me.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ho fiducia negli altri e posso contare sul loro sostegno quando ne ho bisogno.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

ACCETTAZIONE E PENSIERO

OTTIMISTICO (fiducia nel futuro)

Vedo un futuro luminoso e so che posso gestire le difficoltà.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Valuto le mie esperienze e imparo sia dagli errori che dai successi.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Mi adatto in modo flessibile ai cambiamenti e accetto facilmente ciò che non posso cambiare.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

ORIENTAMENTO ALLE SOLUZIONI E AGLI OBIETTIVI

Preferisco trovare soluzioni invece che cercare gli errori e qualcuno da incolpare.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sono consapevole dei miei obiettivi e sono disposto a impegnarmi per raggiungerli

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ho obiettivi per la mia vita e sono in sintonia con i miei valori

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

STILE DI VITA SANO

La mia vita è importante e mi prendo cura di me

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ho un buon rapporto con il mio corpo e sono consapevole di cosa è buono e ciò che è cattivo per me

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

In una situazione difficile, metto la mia salute prima delle aspettative degli altri

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

AUTO-EFFICACIA

Sono consapevole di ciò che sono in grado di fare ed ho fiducia in me stesso

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Posso fare affidamento sulle mie capacità e sulle mie risorse nei momenti difficili

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Credo in me stesso

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

ANALISI NUMERICA

Puoi inserire la somma totale dei punti per le 3 domande in ogni categoria accanto ad ogni titolo. In questo modo, si ottiene un risultato da 0 a 30 punti per ogni categoria.

0-10 PUNTI

Hai ancora molti aspetti da scoprire e approfondire in questa categoria. Se lo desideri, hai la possibilità di cambiare, hai già intrapreso i primi passi per diventare più resiliente. Puoi trovare gli esercizi più adatti per lavorare in questa categoria all'interno della selection box.

11-20 PUNTI

Ti sei posizionato a metà di questa categoria. Se vuoi migliorare la tua resilienza, scegli una delle affermazioni e rispondi alle seguenti domande

- Dove ho successo nella mia vita, perchè è preso questo punteggio?
- Cosa dovrei fare per ottenere un punteggio più elevato?
- In che modo questa azione potrebbe migliorare la mia vita?
- Quali azioni dovrei intraprendere per raggiungere questo obiettivo?

21-30 PUNTI

Sei già un esperto in questa categoria! Sicuramente sei soddisfatto di te in questa area e spesso sperimenti momenti di crescita. Questi sono i tuoi punti di forza e le tue risorse che puoi usare per compensare eventuali aspetti critici.



**- L'INDAGINE -****QUANTI IMPRENDITORI HANNO VOGLIA DI CRESCERE?**

Sogni, ambizioni, speranze di chi si trova ad operare nel mercato di oggi.

Per Evolvere ha preso in esame professionisti e titolari di aziende del territorio per comprendere quali motivazioni muovono chi desidera ampliare il proprio business.

Qual è il profilo dell'imprenditore di oggi? Quali sono le sue ambizioni? Quali le difficoltà che incontra nel suo lavoro e quanto possono essere importanti i corsi di formazione professionale?

Per capirlo lo staff di 'PerEvolvere in Rete' ha sottoposto una platea composta da 330 persone delle province di Rimini e Forlì - Cesena ad un questionario sui temi della fiducia e della crescita aziendale.

Il campione era composto per più della metà (59,62%) da lavoratori autonomi.

Il 28,85% di loro ha una partita da Iva da più di dieci anni, il 13,46% da oltre 4 anni, il 7,69 da più di 2 anni, il 5,77% da meno di dodici mesi, mentre il 19,23% non possiede una partita Iva.

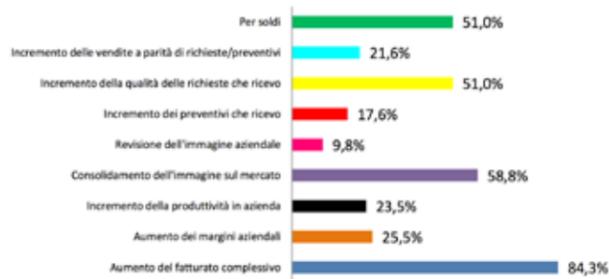
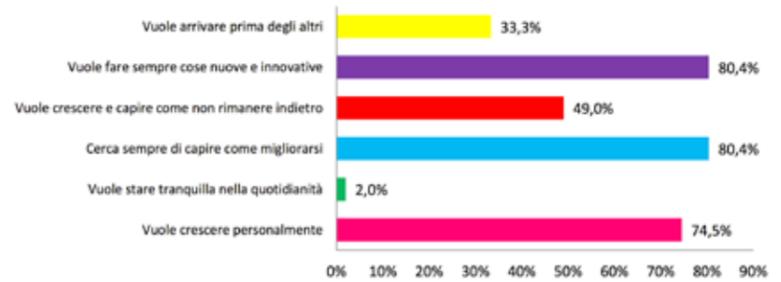
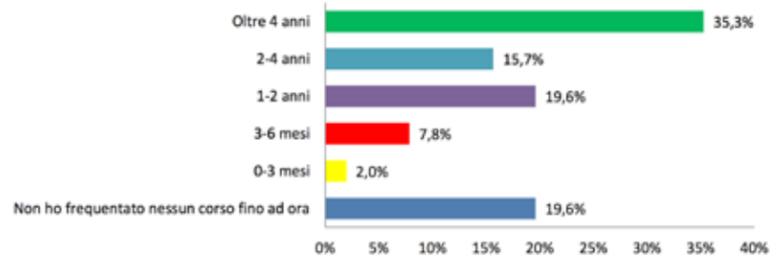
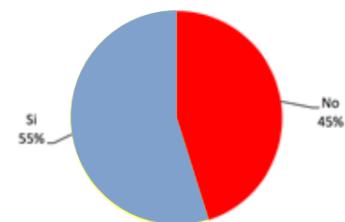
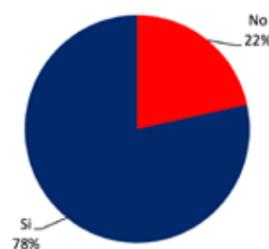
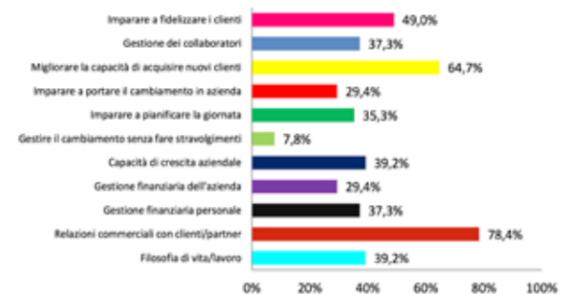
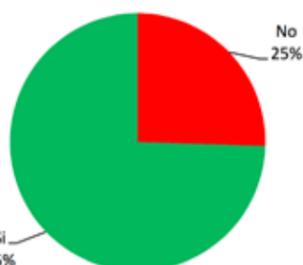
La maggior parte delle aziende prese in esame (23,08%) è composta da un minimo di 2 a un massimo di 5 persone, il 17,31% da oltre 15 persone, mentre il 15,38% degli intervistati porta avanti da solo e in autonomia la propria attività. Quasi la metà (46,15%) rivolge il proprio business sia ai

privati che ad altre aziende. Il 34,62% è proprietario dell'impresa in cui lavora.

La posizione di Ceo è occupata dal 9,62% del campione preso in esame, ma c'è anche chi lavora nel ramo del marketing e e in quello commerciale. Le aziende presenti sul mercato da più di 10 anni sono il 36,54% del totale, mentre solo il 7,69% è in attività da meno di un anno.

Tutte le altre sono attive da un minimo di 2 ad un massimo di 10 anni.

Il settore più rappresentato dagli imprenditori è quello del marketing e della vendita (17,31%), segue edilizia e consulenza tecnica (7,69%), seguono arte, artigianato, commercio all'ingrosso e consulenza. Il 38,46% degli imprenditori intervistati opera in settori diversi da quelli elencati.

Quali sono i tuoi obiettivi a breve termine?**Ti ritieni una persona che:****Perché vuoi crescere?****Da quanto tempo hai iniziato a frequentare corsi (non tecnici) per il tuo sviluppo imprenditoriale?****Cos'è il marketing secondo te?****Hai mai frequentato corsi di gestione d'impresa?****Hai mai frequentato corsi di crescita personale?****Su cosa vorresti lavorare per crescere?****Hai mai frequentato corsi di crescita marketing?****Quali metodi hai preferito per imparare?**

IMPRENDITORI ETICI

Riciclare 2.500 kg di plastica per realizzare una casa di 80 mq?

La **#PLASTICA** rappresenta il nemico numero uno per il nostro pianeta, assieme al surriscaldamento globale.

Personalmente non sono mai stato un attivista né tantomeno un "riciclatore seriale". La mia testimonianza sull'argomento vuole essere proprio la riflessione di chi ha qualche abitudine sbagliata che contribuisce a creare danni enormi al pianeta.

Non so se dipende dal fatto di essere papà di tre bambini piccoli o semplicemente perché sto invecchiando ma grazie a una delle mie attività imprenditoriali ho iniziato ad approfondire l'argomento e sento una forte **#RESPONSABILITÀ** di fare qualcosa per aumentare la possibilità che i miei figli crescano in un mondo migliore rispetto alla direzione che sta prendendo.

Prima di raccontarti come sia possibile riciclare 2.500 kg di plastica per realizzare una vera casa di 80 mq vorrei analizzare con te i numeri contenuti nello studio della Fondazione Ellen MacArthur - presentato a gennaio 2016 - che ti garantiscono fanno veramente impressione.

Sai che ogni anno nel mare finiscono 8 milioni di tonnellate di questa plastica?

È come se ogni minuto un camion dell'immondizia scaricasse in mare tutto il suo contenuto, un camion ogni 60 secondi per 365 giorni all'anno.

Gli scienziati stimano che entro il 2050 il peso di tutta la plastica negli oceani sarà superiore al peso di tutti i pesci in mare messi assieme.

Il nostro **#PIANETA** sta letteralmente soffocando nella plastica. La situazione peggiora giorno dopo giorno e gli effetti di questo disastro ambientale sono ormai visibili e spaventosi.

Alcune aree del mondo sono messe peggio di altre in particolare per il motivo che in alcuni punti degli oceani confluiscono molte più correnti: ad esempio da San Francisco verso Shanghai (esattamente tra la California e le Hawaii) c'è una zona chiamata GREAT PACIFIC GARBAGE PATCH anche definita come l'ISOLA DI PLASTICA.

Si tratta di una mega-isola di plastica che galleggia in mezzo all'oceano pacifico. Milioni di metri quadrati di spazzatura che vista dall'alto sembra a tutti gli effetti una vera e propria isola con dimensioni - per intenderci - superiori a tutta l'Inghilterra.

La plastica però di per sé non è un **#PROBLEMA**.

È un materiale come tanti altri che negli ultimi anni ha invece contribuito a migliorare la qualità della nostra vita.

La vera follia è utilizzare un materiale così resistente - e destinato a durare migliaia di anni - per produrre principalmente oggetti usa e getta.

Da un rapporto dell'OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico) emerge che soltanto il 15% dei rifiuti di plastica viene riciclato nel mondo.

Nell'Unione Europea si ricicla il 30% in media dei rifiuti di plastica mentre negli Stati Uniti solo il 10%. Ma in molti paesi in via di sviluppo la raccolta e il trattamento dei rifiuti sono ancora incontrollati e quindi di conseguenza quasi a zero le operazioni di riciclo.

Al mondo la produzione di plastica nuova è 8 volte quella della riciclata.

Sempre secondo il rapporto, il flop mondiale del riciclo della plastica è dovuto al fatto che "è ancora più conveniente fare nuova plastica che produrne di riciclata".

E proprio il **#RICICLO** della plastica è uno dei punti di forza più entusiasmante del sistema di costruzione ecosostenibile di MaxMa Holding.

Abbiamo sviluppato un piano per riciclare la plastica destinata alle discariche trasformandola attraverso il nostro processo produttivo in uno tra i prodotti più straordinari che sia mai stato realizzato: Monolyto, il primo muro senza mattoni.

Si tratta di un mattone - in gergo tecnico "cassero a perdere" - in plastica 100% riciclata e brevettato in oltre 140 paesi che consente di costruire case con uno standard tecnologico elevatissimo, in tempi molto brevi e con dei conseguenti costi molto più che competitivi.

Monolyto è un prodotto estremamente **#VERSATILE** che consente di realizzare qualsiasi tipo di muro non portante sia interno che esterno con prestazioni straordinarie di isolamento termico, acustico e anche dal punto di vista della salubrità ambientale - vista l'impossibilità ad esempio che si creino muffe.

Senza entrare nel merito della tecnologia e del business di Monolyto, quello che maggiormente mi entusiasma di questo Progetto è che oltre a essere un prodotto con degli standard qualitativi straordinari avrà un impatto molto positivo sul nostro pianeta per il bene di tutti i nostri figli e nelle prossime generazioni.

Sylvia Earle - l'oceanografa più importante al mondo - sostiene che siamo ancora in tempo per cambiare rotta e che cambiare rotta si può ma anche che "Le decisioni che prenderemo nei prossimi 10 anni condizioneranno quello che sarà la vita nei prossimi 10.000".

Non serve diventare un attivista ambientale per contribuire a migliorare questa situazione ma sicuramente è importante diventare maggiormente consapevole dell'utilizzo che facciamo di prodotti usa e getta in plastica oltre che maggiormente attenti sulla raccolta differenziata.



SACHA GENTILI

“

Nel 2002 inizia la sua carriera professionale come venditore porta di telecomunicazioni nell'azienda della quale oggi è diventato Azionista e VicePresidente.

E questo grazie al duro lavoro ed alla sua voglia continua di migliorarsi.

Oggi - dopo aver creato e formato svariate reti commerciali e call-center - è impegnato nello sviluppo di nuovi progetti in diversi settori tra cui in particolare quello immobiliare. È infatti CEO di Facile Immobiliare, società di servizi per agenzie immobiliari partecipata da Facile Ristrutturare che permette ai propri clienti di valorizzare gli immobili da ristrutturare e ne facilita la vendita.

Dal 2019 è anche impegnato nello sviluppo di un nuovo entusiasmante progetto nel settore dei sistemi di costruzione ecosostenibili: Monolyto, un "mattone" realizzato in plastica 100% riciclata che consente di realizzare qualsiasi tipo di muro.



Io penso che se fai qualcosa e risulta abbastanza buona, dovresti andare avanti a fare qualcosa di meraviglioso, non aspettare troppo. Pensa solo alla prossima cosa.

Steve Jobs

I tre grandi elementi essenziali alla felicità in questa vita sono qualcosa da fare, qualcosa da amare, e qualcosa da sperare.

Joseph Addison

I capi aiutano la gente a vedere se stessa come è. I leader aiutano la gente a vedere se stessa meglio di come sia.

Jim Rohn

La fiducia si costruisce con i risultati

testo di: Giovanni Matera

Un broker immobiliare che ha fatto dell'etica professionale e dell'esperienza le sue armi vincenti: "È difficile entrare nelle grazie del cliente se non possiamo mostrargli quello che è il nostro vero valore."

Ciao Giovanni. Parli del tuo lavoro.

«Sono un broker immobiliare e lavoro per Re/max Event Home, un brand internazionale atterrato con la sua monogolfiera qui in Romagna. Pur se la sede stabilita è a Riccione, operiamo con la massima libertà sul territorio circostante ma, tramite appunto la rete **#INTERNAZIONALE**, siamo in grado di "gestire" immobili in più di 110 paesi nel mondo. Il mio obiettivo, la mia "vision" è portarlo a crescere ulteriormente nella mia area di competenza da qui ai prossimi dieci anni, attraverso l'erogazione di molteplici **SERVIZI** e con consulenti qualificati in grado di garantire assistenza altamente professionale ai propri clienti.



chi sono? un visionario, credo nel raggiungimento degli obiettivi con l'impegno
perché leggermi? per capire quanto lavoro e responsabilità ci sono dietro il nostro lavoro
perché credermi? perché età, esperienza, formazione continua in un brand internazionale sono fondamentali per un buon servizio

Quali sono i principi su cui si fonda il tuo business?

« Il nostro modello di organizzazione immobiliare è svincolata dai modelli tradizionali. I nostri sono spazi aperti alla

collaborazione ed **#INTEGRAZIONE** di servizi a 360° utili alla soddisfazione del cliente. Siamo un Centro di Mediazione Immobiliare formato da un elevato numero di addetti in crescita ed espansione, persone impegnate ad elevare i propri standard formativi, cementare rapporti collaborativi con grande rispetto e fiducia reciproca».

Com'è cambiata la concezione dell'agente immobiliare nel corso del tempo?

«Purtroppo negli ultimi anni la nostra categoria è stata particolarmente bistrattata. Le persone, quando sentono parlare di 'agente immobiliare', tendono ad evitarci, non vogliono averci a che fare.

Non posso dar loro torto: nel settore c'è molta confusione, dovuta principalmente a coloro che svolgono questo lavoro in maniera inqualificabile e poco professionale. La verità è che si tratta di una professione durissima e le difficoltà aumentano con il passare del tempo. Oggi dobbiamo fare i conti con una burocrazia a maglie sempre più strette e chiudere una intermediazione, portando il cliente al rogito notarile, è un'impresa tutt'altro che semplice. Di fronte alle insidie del mestiere non possiamo far altro che dare il giusto valore all'**#ETICA PROFESSIONALE**, senza la quale sarebbe impensabile costruire relazioni di fiducia con il nostro target di riferimento».

A proposito di fiducia: come si riesce a crearla partendo da zero?

«Penso che la fiducia sia strettamente connessa ai nostri risultati. È difficile entrare nelle grazie del cliente se non possiamo mostrargli quello che è il nostro vero valore.

Quel che ripeto sempre ai mie collaboratori è: non demoralizzatevi se, spesso, vi sbatteranno la porta in faccia e incasserete tanti 'no'. Pian pian riuscirete ad inanellare risultati e incomincerete a farvi un nome, accrescendo quindi il grado di fiducia che le altre persone ripongono in voi».



MONIA AMADEI
MA2 Consulting

chi sono? una persona a cui piace scommettere sulla crescita altrui

perché leggermi? per scoprire se ha senso andare ad un incontro di networking

perché credermi? perché ritengo che senza condivisione non ci sia business.le e migliore

Ciao Monia. Parli della tua azienda.

«MA2 Consulting è un network che raggruppa professionisti di vari settori, in gran parte avvocati ed ingegneri, che hanno deciso di mettersi al servizio degli imprenditori per aiutarli ad orientarsi e **#CRESCERE**.

Ci occupiamo di finanziamenti a fondo perduto, Euro-progettazione, gestione e reperimento di appalti. Stare al fianco delle aziende significa, in primo luogo, scommettere sui loro progetti e fare di tutto perché possano realizzarsi. Se il tuo cliente non crede in te e tu non credi in lui, allora è meglio lasciar perdere in partenza. In questo modo si crea fin da subito una fortissima **#EMPATIA**, che è il collante di qualsiasi rapporto, anche di quelli di affari.

Posso portare a termine il mio lavoro anche stando dietro ad una scrivania, ma non comincio nemmeno se prima non ho conosciuto a fondo il mio cliente e non ho raggiunto con lui una perfetta sintonia»

“
Mi piace scommettere sulla crescita altrui

Cosa ne pensi degli eventi di networking?

«Fino a qualche anno fa ero refrattaria agli eventi di networking, ma poi mi sono dovuta ricredere. Instaurare delle sinergie con altre realtà serve a superare i propri punti deboli e a valorizzare al meglio quelle che invece sono le nostre caratteristiche vincenti.

Essere in grado di creare collaborazioni con altre aziende ed altri professionisti rappresenta senz'altro la carta vincente di ogni imprenditore».



PEREVOLVERE
IN RETE

29/06/2019

sei un imprenditore e vuoi

SVILUPPARE
PIÙ RAPIDAMENTE
il tuo potenziale?

FAI IL TEST

Questionario potenzialità sviluppo personale del professionista/imprenditore:
<http://www.perevolvereinrete.org/competenze-abilita/>

Questionario potenzialità crescita aziendale:
<http://www.perevolvereinrete.org/questionario-potenzialita-azienda/>



PerEvolvere in Rete

Incubatore privato per imprenditori che vogliono crescere

'PerEvolvere in Rete' è il primo incubatore privato per imprenditori che vogliono potenziare il loro business costruendo un sistema basato principalmente sulla fiducia e sulla rete di partner, **incrementando il volume di affari e ottimizzando al meglio il loro tempo.**

A lanciare l'iniziativa è l'associazione Resilienza Territoriale, già promotrice di TEDxCoriano. A fine 2018, ventotto imprenditori hanno superato la selezione e ottenuto la borsa di studio (per un valore complessivo di 113mila 481 euro).



a **GIUGNO 2019** riapriranno le **ISCRIZIONI** alle **BORSE DI STUDIO**

Per candidarsi è necessario partecipare all'evento **Business Tasting 2.0 del 29 Giugno 2019** (per approfondire leggi alle pagine 18 e 19)

Perché un imprenditore come te dovrebbe candidarsi a #PEREVOLVERE in rete?

- Per tornare a migliorare la posizione professionale
- Per imparare a sviluppare il grande potenziale relazionale
- Per potenziare le capacità mentali e di fare
- Per fare meno fatica al lavoro e risparmiare tempo per la famiglia
- Per far crescere l'azienda più rapidamente e portarla in area di sicurezza

Le aree disciplinari di PEREVOLVERE sono:

- Costruzione e gestione di team
- Analisi aziendale
- Strategia di azienda
- Realizzazione di format operativi
- Redazione ed analisi dei maggiori Indicatori aziendali
- Vendita e strategia commerciale
- Marketing strategico
- Gestione del personale
- Gestione del tempo
- Pubbliche relazioni
- Costruzione di Partnership strategiche
- Tecniche di apprendimento delle Soft skill
- Leadership positiva
- Capacità di negoziazione, dibattito e public speaking

I giovani e gli imprenditori di successo sono quelli che mettono in relazione gli altri. Che si muovono in base ai valori condivisi, che potenziano le loro capacità e allenano i talenti che hanno. Scoprono cose nuove e rimangono sempre allenati a mettersi in gioco.

Quai sono le domande quotidiane che un'azienda oggi si fa per resistere?

- Come finanziare la crescita?
- Come affronto le sfide relazionali per far convivere il team? Come posso rafforzarlo?
- Cosa mi serve per costruire e gestire un piano di sviluppo a lungo termine?
- Cosa imparare per riuscire a definire obiettivi e progetti veramente realizzabili?
- Come posso avviare la trasformazione digitale e aumentare la velocità dell'azienda senza fare danni?
- Come posso raggiungere nuovi mercati con le tecnologie digitali in modo sicuro?

COME SI SVOLGE?

DOVE - Rimini e Coriano per seminari, sessioni formative, eventi networking

CHI È CANDIDABILE? - Imprenditori, professionisti e aspiranti imprenditori

QUANTO COSTA? - la borsa di studio va dal 60% all'80% del valore del percorso

WWW.PEREVOLVEREINRETE.ORG

Nasce il primo incubatore privato dedicato alle aziende di domani

Ecco "PerEvolvere in Rete" A lanciare l'iniziativa è stata l'associazione Resilienza Territoriale



I protagonisti dell'iniziativa

CORIANO Nasce "PerEvolvere in Rete" il primo incubatore privato dedicato alle aziende di domani: martedì l'assegnazione delle borse di studio destinate agli imprenditori. Dalle 15 alle 20 al Centro Gros verranno svelati i nomi destinatari delle borse di studio messe a disposizione. A lanciare l'iniziativa è l'associazione Resilienza Territoriale, già promotrice di TedxCoriano. Nelle scorse settimane lo staff di "PerEvolvere in Rete" ha vagliato le decine di candidature degli aspiranti partecipanti.

«Da febbraio 2019 a gennaio 2020 gli imprenditori selezionati potranno accedere ad un percorso di formazione intensivo con 22 sessioni a cura di 11 formatori specializzati - dicono gli organizzatori -, un progetto, quello dell'incubatore, che ha una forte valenza per il territorio di Coriano e che è seguito da vicino anche dall'amministrazione comunale».

Articolo tratto da Resto del Carlino

SEMINARIO AL GROS PER MIGLIORARE I RAPPORTI CON I CLIENTI

Una 'palestra' per imprenditori che vogliono crescere



I relatori del seminario Andrea Conti e Paola Aronne

UNA palestra per imprenditori. Ma in questo caso non ci sono pesi o tapis roulant. La palestra che si materializzerà al Gros sabato dalle 9 alle 13,30 sarà un seminario che parte da una domanda: "Cosa succederebbe ai tuoi affari e al tuo fatturato se riuscissi a creare fiducia con i clienti in meno tempo?". L'appuntamento gratuito è promosso da "Business Tasting 2.0" e da "PerEvolvere in Rete". Ad accogliere imprenditori e professionisti saranno Paola Aronne, esperta di relazioni

L'OBIETTIVO Accrescere il rapporto di fiducia con il cliente e consentire all'azienda di migliorare gli affari

ni di fiducia, presidente di Business Tasting 2.0 e PerEvolvere, e Andrea Conti, CEO di Big Rocket. Nel corso della mattinata verranno analizzati sistemi e strategie imprenditoriali finalizzati ad accre-

scere il rapporto di fiducia con il cliente e consentire all'azienda di perseguire più affari in meno tempo. Il seminario, esclusivamente su invito, è riservato ai partner che nel corso del 2018 hanno sostenuto le iniziative di Business Tasting. L'iniziativa di sabato farà da apripista all'inaugurazione, a fine gennaio, di "PerEvolvere in Rete", il primo incubatore privato per imprenditori che vogliono potenziare il loro business costruendo un sistema aziendale basato principalmente sulla fiducia e sulla rete di partner.

Economia / Coriano

Nasce a Coriano il primo incubatore dedicato alle aziende di domani: si assegnano le borse di studio

Al termine del percorso gli imprenditori saranno in possesso di un metodo collaudato per gestire le relazioni con partner, clienti, collaboratori e soci

Redazione 25 GENNAIO 2019 12:23



Coriano diventa la capitale delle aziende di domani. Nasce "PerEvolvere in Rete", il primo incubatore privato per imprenditori che vogliono potenziare il loro business costruendo un sistema basato principalmente sulla



Articolo tratto da Corriere di Romagna

Articolo tratto da Rimini Today



PROSSIMI EVENTI IN PROGRAMMA

Un elenco dei prossimi appuntamenti per restare aggiornato..non farteli scappare!



laboratori di
**NETWORKING
PROFESSIONALE**

15:00/19:30



laboratorio di
**NETWORKING
PROFESSIONALE**

15:00/19:30



laboratori di
**NETWORKING
PROFESSIONALE**

15:00/19:30



seminari di
**NETWORKING
PROFESSIONALE**

15:00/19:00



seminari di
**NETWORKING
PROFESSIONALE**

15:00/19:00



a cura di **PAOLA ARONNE**

PEREVOLVERE - 25/05/19 Come creare una connessione veloce con i Partner?

Conoscere persone, sviluppare relazioni, sviluppare affari.

Come ottimizzare il Tempo di questi processi?

Spesso pensi che sarebbe "un sogno" poter ripartire da capo per avere più tempo da dedicare a tutto questo ma invece sei sempre dietro a gestire i clienti, i problemi ed i collaboratori.

Il tempo è il dilemma più grande.

Ma allora come sviluppare velocemente nuovi affari e consolidare quelli già in casa?

Costruisci il tuo team di partner per sviluppare prima i tuoi progetti ed arrivare in modo più credibile al tuo target realizzando così i tuoi progetti in meno tempo!

Vieni al laboratorio di networking per scoprire come farlo.

PEREVOLVERE - 13/07/19 Come sviluppare i propri Affari rimanendo se stessi?

Sempre più spesso fare affari significa dover andare al lavoro con il coltello fra i denti e prepararsi a gestire la propria azienda facendo lo slalom tra clienti problematici e fornitori spesso infedeli.

E mentre l'entusiasmo si spegne ti sale il dubbio che in quel settore siano cambiate troppe cose e forse è ora di ripartire da capo in altro.

Anche a te si sta spegnendo l'entusiasmo per il tuo lavoro?

La verità che tutto questo non dipende dal tuo settore ma dal MODO di lavorare.

Quando lavori con/per persone non allineate con i tuoi valori, la tua storia e il tuo modo di creare relazioni durevoli tutto si fa più arido e difficile.

Esiste un modo diverso di lavorare prima di pensare che è ora di cambiare business?

Questo seminario vuole rispondere al problema di sentirsi inadeguati in un mercato che è diventato veloce e aggressivo.

Nel laboratorio sarai guidato a capire come trovare la tua modalità per lavorare con clienti, partner e collaboratori allineati al tuo sistema di valori e ai tuoi obiettivi di lungo termine.

PEREVOLVERE - 28/09/19 Come lanciare una nuova idea di business partendo dai propri contatti senza investire capitali in costose ricerche di mercato e pubblicità generalista?

Spesso si sente parlare di Ricerche di Mercato per capire se ha senso sviluppare o meno un prodotto.

Un numero incredibile di start up con fantastici prodotti e idee innovative non riesce a decollare. Tante aziende pronte per il salto generazionale cambiano troppo velocemente il modello di business e si ritrovano senza il supporto dei clienti storici e senza mercato.

Se sei un piccolo imprenditore locale non ha senso fare una ricerca di mercato nazionale da migliaia di euro e soprattutto su un bisogno latente che vorresti risolvere con un prodotto o servizio innovativo.

Come ottenere le informazioni giuste in modo veloce e affidabile?

Nella tua rete di contatti si nascono molte più opportunità di quello che puoi ottenere pagando stuole di consulenti e che puoi far venire alla luce del sole con un metodo semplice e veloce.

Per sapere come farlo questo laboratorio è fatto apposta per te! modo più credibile al tuo target realizzando così i tuoi progetti in meno tempo!

Vieni al laboratorio di networking per scoprire come farlo.

PEREVOLVERE - 23/11/19 Per cosa sei velocemente credibile nella tua rete di contatti?

Il tuo fatturato dipende esattamente dal tuo grado di credibilità percepita dal mercato.

Come sviluppare nuovo fatturato aumentando il proprio grado di credibilità prima di sviluppare nuovi contatti?

Serve conoscere in modo approfondito perché le persone danno fiducia e perché tu rappresenti per loro un punto di riferimento. Tutto parte da te.

Come sviluppare più credibilità sui contatti che ho già?

Dopo una attenta analisi della propria rete di relazioni scopriremo insieme come costruire una strategia che aumenti la tua credibilità in modo concreto, semplice e autentico.

Come sviluppare credibilità più velocemente con i nuovi contatti?

Durante il seminario potrai scoprire come fare un'autovalutazione del grado di credibilità che hai nella tua rete di relazioni e di come profili emotivi differenti richiedono l'utilizzo di strumenti di credibilità diversi.

PEREVOLVERE - 14/01/20 Come creare eventi per potenziare le tue relazioni e sviluppare il tuo fatturato?

Ti piace creare momenti di condivisione per rafforzare il rapporto con i tuoi clienti e generare nuove relazioni di business?

Sai sicuramente come ottimizzare tutte le attività necessarie a realizzarlo. E dopo l'evento cosa dovrebbe succedere?

Tutti ci aspettiamo che le persone comincino a chiamare per richiedere una consulenza, un preventivo o affidarci un lavoro sulla fiducia.

Se tutto questo è lasciato al caso i risultati saranno casuali.

Con la giusta attività di follow up post evento tutto questo è possibile, prevedibile e semplifica incredibilmente la ricerca di nuovi clienti e dell'aumento di fatturato.

E' realmente possibile evitare di farlo casualmente e ottimizzare il tuo tempo, la gestione delle tue tante relazioni e sviluppare contemporaneamente nuovo lavoro di qualità?

Vieni a scoprirlo. Aperitivi, cene, riunioni formali richiedono tempo ma è l'unica cosa che negli ultimi anni è sempre diminuita perché il lavoro ci risucchia quotidianamente nel gestire i clienti, i collaboratori e gli imprevisti.

Scrivi Valentina per maggiori informazioni

☎ 351 9676407 ✉ bt@businessstasting.it



**BUSINESS
TASTING 2.0**

29

GIUGNO 2019

PALACE HOTEL SAN MARINO

Via Cinque Febbraio, 47899 Serravalle, San Marino

SPECIAL GUEST

DANIELE DI BENEDETTI

leggi l'articolo a **PAG 18/19**

EVENTO ANNUALE

DEL NETWORKING

PROFESSIONALE

CHE POTENZIA

IL TUO BUSINESS



**BUSINESS
TASTING 2.0**

articolo di ALTARIMINI

San Marino, un ponte tra la Romagna e la Cina con la nuova edizione di 'Business Tasting 2.0'

Sul Titano si danno appuntamento 350 imprenditori e professionisti



Ai nastri di partenza la terza edizione di 'Business Tasting 2.0'.