

E' un'iniziativa del **Comiere Comunicazioni**Direttore responsabile EconomyUp: **Giovanni Iozzia**
[STARTUP](#) | [INNOVAZIONE](#) | [GLOBAL](#) | [HITECH](#) | [MADE IN ITALY](#) | [VIDEO](#) | [OPINIONI](#) | [REPORT](#) | [MINDGAMES](#)
HOME » [INNOVAZIONE](#) » La tua impresa avrà successo? Fai il test del sedano

cerca nel sito

[f Like](#) 0 | [t Tweet](#) 1 | [g+1](#) 0 | [in Share](#) 0 | [Share](#)

IL LIBRO

La tua impresa avrà successo? Fai il test del sedano

Ciò che conta non è che cosa fate o come lo fate. Ma perché. È la tesi del best seller del superconsulente Simon Sinek, "Partire dal perché", che esce in Italia in occasione del suo intervento al World Business Forum di Milano. Ecco in anteprima un piccolo "esame" utile anche a chi fa startup

di Simon Sinek

Simon Sinek, 41 anni, inglese, è un ex pubblicitario che ha fatto fortuna nel momento in cui si è messo a studiare perché il suo lavoro non lo soddisfaceva più. Nel 2009 ha pubblicato un libro che è diventato un bestseller e che lo ha fatto diventare uno speaker tra i più richiesti per i Ted in giro per il mondo. Quel libro esce adesso in Italia e si intitola "Partire dal perché. Come tutti i grandi leader sanno ispirare collaboratori e clienti". Alla base c'è l'idea del Cerchio d'Oro, uno schema che spiega la necessità per le aziende di andare oltre a quello che fanno e come lo fanno, per arrivare alla domanda più importante: perché. Il libro uscirà in Italia, pubblicato da [Franco Angeli/IOCAP](#), in concomitanza con l'intervento di Sinek al World Business Forum in programma a Milano il 29 e 29 ottobre. Qui pubblichiamo in anteprima un ampio stralcio del volume, dove Sinek propone un test che può risultare utile non solo per chi guida aziende consolidate ma anche per chi lancia una nuova impresa.



Nel tentativo di migliorare sempre le cose che facciamo e il modo in cui le facciamo, osserviamo sistematicamente i concorrenti. Partecipiamo a convegni, leggiamo libri, parliamo con amici e colleghi in cerca di indicazioni e consigli, e a volte siamo noi stessi a dispensare suggerimenti. Siamo costantemente impegnati a studiare le best practice altrui per decidere come muoverci. **Ma l'idea che ciò che funziona per un'organizzazione possa andar bene anche per un'altra è un falso presupposto.** Anche quando operiamo nello stesso settore, con le stesse dimensioni e rivolgendoci allo stesso mercato, il concetto secondo cui "se va bene per loro, va bene anche per noi" è semplicemente falso.

Conosco un'azienda con una cultura molto particolare. I dipendenti si dichiarano felicissimi del fatto che in tutte le sale riunioni ci sia un

tavolo da ping-pong. Vuol forse dire che se anche voi metteste un tavolo da ping-pong in tutte le sale riunioni la vostra cultura aziendale migliorerebbe? Ovviamente no. Eppure questo è un esempio di best practice. Non è affatto vero che limitarsi a copiare ciò che fanno i concorrenti, o il modo in cui lo fanno, possa automaticamente funzionare anche nella vostra azienda. Come nel caso di Ferrari e Honda, quel che va bene per un'azienda non è necessariamente adatto a un'altra. In poche parole, le best practice non sono sempre le pratiche migliori.

Ciò che conta non è che cosa fate o come lo fate; l'importante è che le cose che fate e il modo in cui le fate siano coerenti con i vostri perché. Non c'è nulla di intrinsecamente sbagliato nell'osservare gli altri per capire come operano; il difficile è capire quali pratiche o quali consigli seguire. Fortunatamente c'è un test molto semplice che potete fare per scoprire esattamente come e che cosa fare per essere coerenti con voi stessi. È una meta- forza molto semplice che chiamo "il test

STARTUP BASE

- IL PIÙ GRANDE DATABASE DELLE **STARTUP ITALIANE**
- IL DATABASE ESCLUSIVO DELLE **STARTUP FINANZIATE**
- GLI **EVENTI** SULLE **STARTUP**

Pinevent
Tutti i tuoi eventi business in tasca

Scopri e gestisci oltre **500 eventi Business ICT**

www.pinevent.biz

disponibile su

EconomyUp la newsletter

The news you need: **ISCRIVITI!**

Il commento



"La manovra di Renzi? Renderà le imprese più competitive, ma solo a lungo termine"

Paolo Canofari, economista e ricercatore alla School of European Political Economy (Luiss), analizza le linee della Legge di stabilità preparata dal governo. "Tagliare il costo del lavoro aiuterà le aziende a crescere. Ma attenzione alle tasse: c'è il rischio che le Regioni le aumentino"

Segui [@EconomyUp](#) 2.209 follower

Tweets

del sedano”.

Immaginate che a una cena di lavoro qualcuno si avvicini e vi dica: “Sa che cosa ci vorrebbe nella sua organizzazione? **Ci vorrebbero delle M&M’s**. Se oggi non lavorate con le M&M’s perdetevi un’opportunità di profitto”.

Poi si avvicina un altro e dice: “**Sa che cosa dovrebbe fare? Latte di riso**. Le statistiche dimostrano che oggi tutti comprano latte di riso. Per come va oggi il mercato dovrete vendere latte di riso”.

Mentre siete al tavolo dei cocktail spunta una terza persona a dispensarvi i suoi buoni consigli. “I biscotti Oreo”, dice. “**Nella nostra azienda con i biscotti Oreo facciamo milioni. Ci pensi**”. Infine si presenta un quarto ospite. “Sedano”, dice. “**Deve assolutamente lavorare con il sedano**”.

Ed eccovi qui, con la vostra scorta di preziosi consigli dispensati da uomini di grande successo. Alcuni lavorano nel vostro stesso settore. Alcuni hanno molto più successo di voi. E alcuni hanno già offerto consigli simili ad altri, con ottimi risultati. Che fare?

Andate al supermarket e comprate sedano, latte di riso, biscotti Oreo e M&M’s. Rimanete a lungo a girare tra gli scaffali del negozio. Spendete un sacco di soldi perché comprate di tutto. Ma non è detto che possiate fare dei profitti con uno o più d’uno di questi prodotti: non potete avere nessuna garanzia di successo. E quel che è peggio, se avete vincoli di budget, dovete restringere di nuovo il campo delle vostre scelte. Che cosa scegliete dunque?



Simon Sinek

Una cosa però è certa: **mentre siete in coda alla cassa con in mano tutta la vostra mercanzia, sedano, latte di riso, biscotti Oreo e M&M’s, nessuno ha modo di capire in che cosa credete**. Ciò che fate dovrebbe essere la prova di ciò in cui credete, ma voi avete comprato tutto.

Che cosa accadrebbe invece se aveste conosciuto il vostro perché prima di entrare nel supermarket? Se per esempio il vostro perché consistesse nel fare solo cose salutari, che fanno bene al vostro corpo? Avreste ascoltato gli stessi consigli dalle stesse persone, con l’unica differenza che, entrando al supermarket la volta successiva, avreste comprato solo sedano e latte di riso. Sarebbero stati gli unici prodotti in linea con le vostre convinzioni. E soprattutto, in coda alla cassa, tutti avrebbero subito riconosciuto le vostre preferenze. Non è difficile immaginare l’ideale di vita di una persona che compra solo sedano e latte di riso. “Vedo che lei pensa alla sua salute”, vi diranno probabilmente le persone accanto a voi. “Anch’io la penso allo stesso modo. Vorrei chiederle una cosa”. Complimenti. Avete appena attirato un cliente, un dipendente, un potenziale socio d’affari o semplicemente qualcuno che potrà parlare bene di voi, e tutto questo semplicemente perché avete fatto la scelta giusta. Il solo fatto di assicurarvi che ciò che fate dimostri ciò in cui credete ha reso più facile trovarvi per coloro che condividono le vostre stesse convinzioni. Siete riusciti a comunicare il vostro perché scegliendo che cosa fare.

Naturalmente questo accade in un mondo ideale, poiché nel mondo reale non è sempre possibile mantenere questo livello di disciplina. So bene che a volte occorre prendere decisioni di breve termine per pagare le bollette o per assicurarsi qualche vantaggio immediato. Non è un problema. La prova del sedano vale lo stesso. Se avete voglia di una torta al cioccolato, mangiatela. La differenza sta nel fatto che, se siete partiti dai perché, siete consapevoli che la torta al cioccolato è una decisione a breve termine che non corrisponde alle vostre convinzioni. Non vi fate più illusioni. Sapete che la state mangiando solo per compensare un calo di zuccheri e che dovrete fare un po’ più di sacrifici per smaltirla.

È incredibile quante aziende, fra quelle con cui vengo a contatto, si buttino a perseguire un’opportunità che sembra debba aprire loro orizzonti di gloria, per poi vederla svanire all’improvviso o sgonfiarsi lentamente qualche tempo dopo. Queste aziende vedono la torta al cioccolato e non sanno resistere. Partire dai perché vi aiuta non solo a scegliere la strada giusta, ma anche a riconoscere le decisioni che vi portano fuori strada. Potete certamente prendere anche decisioni di questo tipo, ma non fatelo troppo spesso, altrimenti, con il tempo, nessuno capirà più in che cosa credete veramente.

Ma il meglio deve ancora venire. **Non appena vi ho svelato il perché, avete subito capito che avremmo comprato solo sedano e latte di riso, prima ancora di leggerlo. In altre parole, non appena vi ho fornito il filtro, non appena vi ho rivelato il perché, sapevate esattamente**

EconomyUp @EconomyUp 27m
 10 cose che forse non sai sulla sharing economy
economyup.it/innovazione/17...

EconomyUp @EconomyUp 15h
 Sharing economy, 10 idee che funzionano: @gnammo @blablaCarIT @prestiamoci @beStarteed @Sardexnet @cortilia @ZooppaEU

Compose new Tweet...

Strumenti

STARTUPBASE
 IL PIÙ GRANDE DATABASE DELLE STARTUP ITALIANE
 IL DATABASE ESCLUSIVO DELLE STARTUP FINANZIATE
 GLI EVENTI SULLE STARTUP

Ecco il più grande database delle startup italiane
 EconomyUp ha realizzato il più grande archivio d’Italia sulla nuova imprenditoria con tutte le startup, non solo hi-tech e non solo finanziate, in un unico database: oltre 2mila nuove imprese che vogliono cambiare il nostro Paese. Un prezioso strumento di orientamento per chi fa parte dell’ecosistema, consultabile gratuitamente da tutti coloro che si registrano al sito

PAGAMENTI digital
SEGUI L’INNOVAZIONE DEI SISTEMI DI PAGAMENTO
ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER GRATUITA
 INNOVATION in PAYMENT & COMMERCE

FEED DA: **Comiere i Comunicazioni**

IL CONGEDO DI KROES: "E' ORA DI RINASCIMENTO DIGITALE"

MADOTTO: "NON SOLO BANDA LARGA, AL DIGITALE SERVE DI PIÙ"

AGENDA DIGITALE, COPPOLA: "NON MI DIMETTO"

BOKOVA: "IL DIGITAL LEARNING SIA RILEVANTE E INNOVATIVO"

GIANNINI: "ISTRUZIONE E AGENDA DIGITALE DEVONO CONVERGERE"

quale decisione prendere prima ancora che io ve lo dicessi. Questo è ciò che si chiama un'economia di scala.

Quando i perché sono chiaramente esplicitati, tutti i membri di un'organizzazione sono in grado di prendere una decisione con la stessa chiarezza e la stessa precisione del fondatore. Un perché costituisce un filtro infallibile per orientare il processo decisionale. Ogni decisione – relativa ad as-sunzioni, alleanze, strategie e tattiche – deve passare il test del sedano.

24 Ottobre 2014

TAG: [Franco Angeli](#), IOCAP, Wobi 2014, World Business Forum, M&M's, Oreo

Articoli Correlati



LE NOSTRE INIZIATIVE
Economia 0.0,
come rivedere la
sesta puntata di
EconomyUp



LA STORIA
Uber, un
successo nato
dai flop



IL MILIONARIO
Silicon Valley,
Horowitz: "Io,
perdente di
successo, vinco
perché parlo
chiaro"



**CAIO: "O LO STATO DIVENTA DIGITALE O
NON SARÀ PIÙ SOSTENIBILE"**



**LEVY: "ALL'EUROPA DIGITALE SERVONO
NUOVI CHECK AND BALANCES"**



**EIDAS, NEELIE KROES: "L'EUROPA SIA IL
POSTO PIÙ SICURO PER LE TRANSAZIONI
ONLINE"**

**ECCO LA ROADMAP PER L'EVOLUZIONE DELLA BANDA
LARGA**



**FIRMA ELETTRONICA E PEC EUROPEE
PRESTO REALTÀ**

Commenti

Nickname

E-mail

* L'indirizzo e-mail non verrà visualizzato

Titolo del commento

Testo del commento

Invia

Nessun commento

[MAPPA DEL SITO](#) | [IL PROGETTO EDITORIALE](#) | [CONTATTI](#)

CORPO 10 SOC. COOP. A R.L. — LARGO DI TORRE ARGENTINA 11 — 00186 ROMA — P.IVA: 08650251005

Powered by

softec