

Il consulente

«L'etica rende più competitivi»

Per Alberto Aleo fidelizza il cliente e libera le idee

Alberto Aleo e la moglie Alice Alessandri vivono a Cesena. Con il loro «Un passo a due» offrono consulenze e formazione per aziende e istituzioni operanti nei più svariati settori (Valfrutta, Illy, Confindustria), ma sempre con un approccio basato sulla vendita etica. Tant'è che il loro saggio «La vendita etica» (Franco Angeli) uscirà addirittura negli Usa a cura della Business Express Press.

Quali sono i vantaggi per le imprese che «si comportano bene» dentro e fuori?

«Le pratiche di cui date conto si classificano come "responsabilità sociale di impresa", che servono all'azienda per impostare la loro reputazione. Detto questo, agire eticamente ti consente di aumentare le vendite: un cliente acquistato attraverso questo tipo di relazione rimane e fa un passaparola positivo. Chi ha un approccio etico al mercato ha fatto pace con se stesso, vive bene il suo lavoro ed è anche più produttivo. Ma soprattutto guarda al lungo periodo. Introdurre l'etica significa adottare un paradigma per stare a lungo sul mercato: se a livello esterno comporta

i benefici di cui prima, a livello interno ha un impatto veloce su produttività, creatività e relazioni umane».

Cioè cosa succede in azienda?

«Integrare l'etica dentro ai processi relazionali, sia a livello di cliente che di personale, consente di creare dialogo dove prima non c'era. E liberare risorse, così dalla mente delle



Alberto Aleo e Alice Alessandri

persone nascono nuovi spunti. Le persone vanno in conflitto tra di loro o con i clienti quando sono in conflitto di identità, quando non hanno fatto chiarezza sui loro obiettivi e non cosa fanno in quel posto: l'etica li aiuta a mettere a posto questi contrasti e a trovare la verve per competere sul mercato».

Insomma non solo prodotti, ma anche un'azienda «mamma».

«L'aspetto umano è stato per molto tempo ignorato dalle aziende perché prima veniva il profitto poi il rapporto interno. Oggi il paradigma è contrario. Oggi profitto e successo sono il risultato dello star bene».

Che idea vi siete fatti del tessuto imprenditoriale emiliano-romagnolo?

«Positiva. Noi italiani siamo famosi per la cosiddetta "azienda familiare", che ci viene invidiata da tutto il mondo. È chiaro che il tessuto nostro va nella direzione dell' "azienda umana", dove le imprese hanno una dimensione gestibile, pensiamo anche alle cooperative. Certo qualche imprenditore è ancora autoreferenziale, però in Emilia-Romagna la vendita etica trova un terreno fertile, proprio perché le dimensioni famigliari delle aziende sono elevate e poi perché c'è una certa coesione sociale e un cooperativismo più radicato. Non è un caso se abbiamo deciso di tenere la nostra base a Cesena».

A. Rin.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

