

# EVOLUZIONE ▶▶ ALBERGHIERA

## Prefazione di Anthony Smith



### Una storia vera

Mi ricordo di un corso che ho tenuto per un gruppo di una cinquantina di venditori. Era un corso sulle tecniche di vendite. In prima fila c'era un uomo con sorriso che si sfregava le mani e dice, "allora Smith, ci insegnerai qualche tecnica così possiamo vendere di più!"

La mia risposta è stata "sssì, alle tecniche arriveremo, ma la prima cosa che farò è quella di mettervi davanti allo specchio.!"

"Eh?! Cosa vuol dire?"

"Beh, mettiamo che ti insegno una tecnica e la tecnica non funziona e tu non sai perché. Tu che fai? Come farai a aggiustare il tiro se non capisci perché la tecnica non funziona?"

Ho continuato,

"ti è mai capitato di parlare con qualcuno che ti si avvicina troppo al punto di darti fastidio? Prima o poi capita a tutti. E soprattutto se non conosci bene quella persona e non ti senti di darle una spinta amichevole in modo che si allontani, che fai? Ti indietreggi tu piano piano ed in modo elegante. E poi, cosa succede? Esatto! Quella persona si riavvicina a te.

Perché lo fa? Perché non è consapevole della sua comunicazione. Non sta applicando una delle ABC della comunicazione. Non si rende conto che ognuno di noi ha una sfera invisibile intorno a sé che non si può invadere senza aver instaurato un certo tipo di rapporto con lui.

Tornando alla tecnica, se insegno una tecnica e per te non funziona, potrà essere perché sei tu che non funzioni. Vale a dire che forse sarà perché sei tu che non sei sufficientemente consapevole della tua comunicazione. Forse la tecnica non funziona per te perché sei tu quello che ti avvicini troppo ai tuoi clienti dandoli fastidio o perché..., hai un alito cattivo, atroce e dai fastidio ai tuoi clienti! Forse è per questo che non venderai tanto!

Scherzi a parte, negli anni ho imparato che prima di iniziare qualsiasi percorso di crescita, la prima cosa che ha senso fare è guardarsi allo specchio. Nel vostro caso come venditori vuol dire per capire, non che cosa volete imparare, non che cosa avreste piacere di imparare, non quello che pensate sia utile imparare, ma che cosa avete bisogno di imparare per raggiungere i vostri obiettivi che tra l'altro devono essere molto chiari.

Per capire questo, bisogna necessariamente capire cosa del vostro operato che sta funzionando bene con i vostri clienti, cosa non funziona e perché. Bisogna essere consapevoli della vostra comunicazione e di quella dei vostri interlocutori e capire se è efficace al massimo. Bisogna capire perché a certi clienti si riesce a vendere certi prodotti e ad altri no. Perché qualcuno di voi fa fatica a vendere un certo prodotto o servizio ai suoi clienti, mentre ci sono dei colleghi che trovano molta più facilità.

Suggerisco di conoscersi bene prima e innanzitutto come persona prima di volersi migliorare come professionista. Le difficoltà che si incontrano a volte sono dovute non alla mancanza una tecnica o alla mancanza di capacità di applicarla bensì a un approccio mentale sbagliata. Ma se non si è consapevole di ciò, si continuerà a cercare la tecnica. La tecnica migliore applicata nella maniera sbagliata, è destinata in ogni caso a non portare ottimi risultati.

È importante quindi conoscere i propri punti di forza e quelli da migliorare. Sapere come sei percepito dai tuoi clienti e se ti piace quella percezione che hanno di te. Sapere perché hanno quella percezione. Se non ti piace e se poi la vuoi cambiare, capire cosa fare per riuscirci.

Insomma, prima di iniziare un percorso di crescita consiglio di guardarsi prima allo specchio e poi sarà più chiaro l'aspetto più importante su cui concentrarsi durante il percorso e... perché.

## **Mi presento.**

Prima di andare avanti, forse è meglio che mi presenti per bene.

Provegno da una lunga esperienza da dirigente in due aziende multinazionali, Nike e Levi Strauss. In Nike ho ricoperto diversi ruoli: direttore vendita Europa per le basi Nato, direttore europeo della formazione per la rete di vendita e direttore vendita nazionale Italia. In Lev's invece ero country managing director. Anche se avevo una carriera di primo livello, non mi sentivo del tutto realizzato. Mi ero reso conto che l'aspetto che mi piaceva di più in assoluto del mio lavoro da dirigente era: "far crescere le risorse umane che ero chiamato a gestire". Sentivo che era la cosa che più mi stava a cuore al punto di sentire il bisogno di occuparmi di questo aspetto a tempo pieno.

Così presi la difficile decisione di "cambiare", o forse meglio far "evolvere" la mia vita professionale per andare a condividere la mia esperienza e la mia passione con imprenditori e manager per aiutarli a far crescere, non i loro dipendenti, ma i loro "collaboratori" a tirare fuori il meglio di loro. Da ormai diciotto anni sono felice di essermi ritagliato uno spazio in altro qui in Italia nel settore dei Business Leadership Coach e Inspirational Speaker.

Come Coach, ho lavorato con centinaia di aziende in Italia e all'estero; LiuJo, Pinko, Lega Serie B, Novartis, Pfizer, Banca Fineco, Electrolux, Nespresso, The North Face, giusto per nominarne

alcuni. Ho lavorato di fianco a Stefano Pioli, allenatore della serie A per cinque anni come il suo motivazionale coach.

## **Il motore della crescita**

Nelle numerose collaborazioni che ho avuto negli anni ho imparato che i clienti che insieme a me hanno raggiunto risultati veramente importanti e in settori molto diversi avevano tutti quanti delle caratteristiche molto simili.

Si mettono in discussione, sanno di non sapere tutto, sono aperti al confronto e a nuovi modi di fare, investono regolarmente in se stessi per la loro crescita, investono nella crescita dei loro collaboratori perché sanno che sono le persone che fanno andare avanti le cose.

Hanno una mentalità di crescita e di miglioramento continuo. Sono curiosi. Credono che ci sia sempre un modo per ottenere i risultati che desiderano. Non danno la colpa agli eventi perché non ottengono i risultati che desiderano. Si chiedono sempre cosa si può fare in più o diversamente per ottenere risultati migliori.

Si circondano di persone valide, brave, più brave di loro da cui imparare, che siano altri imprenditori o collaboratori. Non hanno paura e non si sentono intimiditi da chi sa più di loro. Studiano, leggono, si formano perché sanno che chi non si forma rischia di rimanere fermo.

Mentre sono attenti alle spese, sono abituali a concentrarsi sul ritorno che possono avere su un investimento in un percorso di crescita. Applicano quello che imparano e non giudicano spunti, idee nuove o consigli ricevuti prima di provarli. Hanno la "growth mentality", la mentalità della crescita in ogni caso e trovano spesso un modo per farlo nonostante la situazione, forse non immediatamente, ma nel tempo sì. Non perdono mai di vista questo obiettivo.

E così ottengono risultati. Crescono. Evolvono.

Per me tutte queste caratteristiche insieme, in particolare la mentalità del miglioramento continuo costituiscono insieme il **motore della crescita**. Se hai preso in mano questo libro, allora c'è buona probabilità che qualcuno di quelle caratteristiche elencate sopra. Per questo ti faccio già i miei complimenti.

## **C'è qualcosa che vorresti risolvere per far evolvere la tua realtà alberghiera?**

C'è quasi sempre un modo per risolvere una situazione, trovare una soluzione, migliorare. Solo perché a volte non lo vediamo, non vuol dire che non esista.

Se c'è qualcosa che vorresti migliorare riguardo la gestione del tuo albergo, sappia di avere due possibilità: 1) continuare a gestire le cose come stai facendo adesso accettando le conseguenze, pregando che la situazione migliori miracolosamente oppure, 2) cercare aiuto.

Prima di cercare aiuto, è necessario essere convinti che qualcuno abbia la chiave di lettura che ti serve per migliorare la tua situazione.

## **Le convinzioni**

Così, prima di lasciare la parola a Enrico, vorrei trattare brevemente un'altro argomento: le convinzioni. Le nostre convinzioni possono essere potenzianti o limitanti.

Non so quante volte in una conversazione con imprenditori quando mi hanno chiesto dei consigli veloci ho sentito dire:

- "sì, ma quelle cose probabilmente sono solo per le grandi azienda. Noi siamo una piccola realtà.",
- "sì, ma se provo a fare una cosa del genere, potrei perdere il controllo della mia azienda",

- “la delega in Italia non funziona”,
- “questi sono concetti che vanno meglio per il mondo anglosassone”
- “La mia azienda è diversa. Il nostro settore è diverso.”

Sono tutte convinzioni...che inibiscono l'apertura mentale che aiuta a trovare soluzioni diverse.

Come disse Henry Ford: “Se ci credi o se non ci credi, in ogni caso avrai ragione.”

Ma la convinzione che mi fa più sorridere è:

- “Guarda Anthony, ho provato tutto.”

Facendo domande a quelle persone per capire che cosa hanno provato si riesce a capire che non avevano provato “tutto”, bensì hanno provato “tutto quello che sapevano provare”.

Una persona convinta di aver provato tutto non va oltre. Si ferma lì perché non crede sia possibile fare altro. Devo dire anche che non sono qui a vendere “fumo”. Solo perché uno crede che sia possibile trovare una soluzione, vuol dire che il successo è garantito? No!

Ma se ci credi, farai qualcosa. Leggerai, studierai, domanderai, cercherai altre persone che sono riuscite a evitare quel problema o che quando l'hanno avuto sono riuscite a risolverlo.

Farai un corso, un seminario, prenderai un coach o un mentore. Farai qualcosa. Se uno che si trova in difficoltà e deve assolutamente trovare una soluzione fa tutte quelle cose che ho elencato qui sopra, sarà difficile non ottenere almeno un briciolo di un risultato positivo. O no?

### **Perché leggere questo libro**

Perché ti ho fatto tutti questi discorsi della consapevolezza, del motore della crescita e delle convinzioni? Perché immagino tu abbia preso in mano questo libro perché sei uno curioso che ha fame di crescere perché hai la mentalità di miglioramento continuo e sei sempre alla ricerca di nuovi spunti, oppure perché c'è qualcosa che riguarda te stesso, alla tua crescita professionale o alla gestione del tuo albergo che vorresti migliorare. In ogni caso ti faccio i miei complimenti per la tua apertura mentale per cercare aiuto quando serve. Non è da tutti.

Così arrivo al motivo per cui ho accettato volentieri di scrivere la prefazione per il libro di Enrico Puccio. L'ho conosciuto in uno dei miei percorsi. Ho visto in lui una persona seria, professionale, con fame di imparare, migliorarsi, una persona che sposa in pieno la mia filosofia che un bravo coach non deve mai smettere di essere allievo.

E così ho preso seriamente in considerazione la sua richiesta a me di scrivere la prefazione. Prima di accettare l'invito però, volevo giustamente leggere il libro.

Alla fine ho detto di sì perché questo libro non è solo da leggere ma da “fare”. Ti metterò davanti allo specchio, un concetto che ormai sai che è uno in cui credo molto.

Ti farà tante domande. Ti farà fare esercizi utili in modo che tu possa capire quello che stai facendo bene, quello che devi migliorare e perché. Oserei a dire che avrai dei momenti illuminanti e motivanti in cui ti renderai conto con in certi momenti perché una determinata azione che stai portando avanti da tempo non ti sta dando i frutti che aspettavi. In quei casi capirai subito che comportamento devo adottare per effettuare un miglioramento. Avrai senz'altro una maggiore consapevolezza di te e del tuo operato come albergatore, imprenditore, manager e leader e come persona. Credo che ogni percorso di crescita debba necessariamente iniziare così.

### **Un'ultima cosa prima di lasciare la parola a Enrico**

Vorrei condividere con te una regola che mi sono autoimposta quando partecipo ad un corso, seminario, evento formativo o quando leggo un libro per imparare qualcosa:

*“Mi impegno a mettere in pratica almeno un concetto appreso affinché non ottengo un risultato. Sempre. L'obiettivo per me non è mai di spuntare la casella per poter dire “l'ho fatto”, ma per avere un ritorno sul mio investimento di denaro e di tempo.”*

Sono convinto che se approcci questo libro con lo stesso atteggiamento, avrai un ritorno sul tuo investimento esponenziale che neanche ti immagini.

Alla tua Evoluzione Alberghiera!

Buona lettura. Anzi, buon percorso.