Come prendere decisioni in situazioni di incertezza

scritto da Redazione Wine Meridian | 25 Giugno 2020



Dopo aver parlato di identità, di comunicazione e di digitale, è stato questo l'argomento del quarto appuntamento del "Metodo Wine Meridian", una serie di lezioni promosse dal nostro Circolo, che ti offre i migliori consigli spendibili sul mercato per vendere al meglio.

Le **incertezze** da affrontare sono **numerose** per un'**azienda vitivinicola**. Come possiamo quindi orientarci? La risposta che abbiamo analizzato assieme è **costruire** un **processo decisionale** che con una serie di **strumenti** ci permetta di giungere alle decisioni migliori. Dobbiamo ragionare in un'**ottica sistemica**. Facendo in questo maniera potremo limitare al massimo i danni e mantenere l'**azienda attiva sul mercato.** Con un processo decisionale analizzato attentamente, infatti, avremo la **possibilità di reagire prima degli altri** e darci un **vantaggio**

competitivo, che in questo periodo potrebbe davvero fare la differenza. E' questa la giusta maniera per **sfruttare la positività dell'ansia** e volgerla in opportunità di cambiamento.

Il processo decisionale si sviluppa all'interno di un **contesto incerto**, dettato in primis dal **fare impresa nel mondo del vino**, che quotidianamente si scontra con le incertezze di **mercato**, legate alla volubilità delle decisioni del consumatore, o alla **concorrenza**. Inoltre ci sono le **incertezze di carattere istituzionale e normativo,** come la disciplina di diritti di nuovo impianto e ai vincoli di trasferibilità da una regione all'altra, o le **variazioni nell'area della fiscalità** interna e internazionale, come i dazi sulle importazioni di vino italiano all'estero. Queste sono incertezze alle quali l'imprenditore del vino è abituato a vivere, così come **quelle** di **carattere climatico** che hanno un forte impatto in termini di quantità vendemmiate, di qualità delle uve e di trattamenti, che non sono sempre gli stessi.

Adesso, inoltre, siamo di fronte a numerose **incertezze** legate al **momento attuale**, come le **tempistiche** con cui stanno ripartendo una serie di settori quali l'**Ho.Re.Ca.** o **l'hospitality**, che sta pensando a una apertura nel rispetto dei protocolli anti Covid, situazione inimmaginabile nel contesto in cui ci trovavamo anche solo sei mesi fa. I **mercati esteri**, inoltre, stanno ripartendo con **tempistiche differenti** rispetto all'Italia.

Il processo decisionale è composto da una serie di **momenti logici:**

- Il primo step è quello della **fotografia iniziale**, sistemica ma ravvicinata delle singole aree per mettere in relazione i vari aspetti tra finanza, investimenti, portafoglio ordini, iniziative commerciali, il personale e la vigna. Una sorta di **auto check-up** da fare alla propria azienda, senza il quale le tue decisioni

sarebbero improvvisate;

- Vi sono però dei **vincoli** all'interno dei quali puoi fare le tue scelte usando i tuoi **ambiti di manovra**, grazie anche a **leve** che ti daranno un aiuto, come la possibilità di **posticipare i pagamenti** o il **recupero** di alcuni **crediti** e la **costruzione di reti aziendali** che ti consentono di realizzare economie di costo e rappresentano uno strumento di **sinergia** per crescere assieme senza però perdere la propria identità;
- Il cuore del processo è lo **sviluppo delle analisi di scenario**, elaborando **assunzioni** ovvero previsioni da fare su **fenomeni vincenti**, e di come si può rispondere da un punto di vista imprenditoriale alle incertezze. Ha un aspetto numerico, quantitativo, con fotografie prospettiche, partendo dalla sfera reddituale, per passare a quella finanziaria e patrimoniale.

Un processo decisionale così supportato ti permette di reagire prima degli altri e meglio per trasformare in energia propulsiva la situazione di angoscia iniziale nella quale ci troviamo proprio perché immersi in una situazione di crisi come quella attuale.

Se sei interessato ad una consulenza gratuita su questo fronte, scrivi a redazione@winemeridian.com