

# Competenze in fiera

scritto da Andrea Pozzan | 2 Luglio 2019



Quali atteggiamenti, approcci, abilità “soft” deve avere un export manager per trarre il meglio dall’investimento (sempre più alto) che l’azienda compie per essere presente con uno stand in una fiera internazionale del vino?

Con questa domanda iniziava il primo articolo [LINK] dedicato alle competenze che l’export manager deve mettere in gioco nella fase in cui si prepara a partecipare a un evento fieristico: dal saper “far bene il compitino” fino alla automotivazione passando per il pensiero strategico e la capacità di analizzare dati e numeri.

Siamo finalmente arrivati ai giorni della manifestazione. Il giorno prima dell’inizio ufficiale è sicuramente il caso di fare un sopralluogo: la nostra postazione/stand è a posto? Ci sono i vini? I materiali di comunicazione (logo aziendale ecc) sono corretti e posti in modo visibile?

La competenza a cui facciamo appello è l’**attenzione ai dettagli**, che consente di non dare nulla per scontato e ci fa evitare il panico una volta che saremo in scena. In questa fase di esplorazione dobbiamo immaginare lo spirito di osservazione di un detective, che coglie attentamente la realtà concreta: qui c’è l’area di servizio per la distribuzione del ghiaccio, come funziona? Le “glacette” sono già nello stand, ma alcuni ne hanno due e altri neanche una: meglio metterla sotto chiave! Fino a dove si estende l’area riservata all’Italia e che proporzione ha con quella dei paesi produttori più forti? Dove sono le sale destinate alle

Masterclass? Il frigorifero è grande abbastanza? No (per definizione, se fai prosecco!), meglio procurarsi un'altra glacette.

L'attenzione al dettaglio va di pari passo con la **comprensione del contesto**. Facendo un giro tra gli stand potrei rendermi conto che alcuni importatori hanno un loro spazio dedicato, all'interno del quale ospitano le aziende da loro distribuite: questo ci fornisce una indicazione molto precisa sul taglio della fiera e -banalmente- mi fa prendere atto del fatto che alcuni importatori non verranno mai nella mia postazione, dovendo presidiare la propria!

Aperte le porte della fiera, inizia l'afflusso degli operatori e diventano chiari altri aspetti, relativi per esempio all'entità dell'affluenza e alla tipologia prevalente dei visitatori. Se il biglietto di ingresso ha un prezzo decisamente elevato e c'è sempre la fila alle casse, significa che la motivazione dei visitatori (a qualunque categoria essi appartengano, inclusi i wine lovers) è molto alta e specifica: meglio mettersi in un "setting" di disponibilità e di apertura non preconcepita nei confronti di chiunque si presenterà davanti al nostro desk!

Tutti gli aspetti sopra elencati possono essere sia opportunità che minacce: sta a noi decidere come affrontarli.

Spesso succede che già nella prima ora di fiera un export manager si sia fatto l'idea di essere nel posto sbagliato al momento sbagliato. Non gira tanta gente, vedo pochi operatori, solo gente curiosa e pochi veramente interessati al business...

"Ecco qua: l'ennesima perdita di tempo. Io l'avevo detto alla proprietà che questa fiera non funziona e la conferma è arrivata puntuale. Ovviamente poi si aspetteranno da me i risultati, i contatti e magari pure gli ordini. Venissero loro qui: sarei curioso di vedere cosa riuscirebbero a combinare!". Possiamo immaginare questo dialogo interiore e possiamo anche intuire a cosa porterà, alla fine dei 2 o 3 giorni di fiera. Né più né meno che a una profezia che si autoavvera.

Il perverso meccanismo che ci porta a prendere alcuni spunti dalla realtà e poi a generalizzarli, distorcendoli in base alle nostre "lenti" colorate si chiama tecnicamente **"contro-intenzione"**. È una specie di freno motore, di zavorra mentale

che ci impedisce di affrontare una situazione per quello che è: un foglio bianco, tutto da scrivere, e non una pagina di cronaca già scritta!

E così siamo alla terza competenza chiave del nostro animale da fiera: l' **approccio costruttivo e positivo**. Ma si può dire che il modo in cui affrontiamo le cose sia una competenza? Sì. O meglio, è una sorta di meta-competenza che ne racchiude altre: apertura mentale, self-confidence, determinazione e... consapevolezza. Questo stile non si improvvisa e non basta recitare quella mattina un paio di mantra o leggere l'ultimo bignami sul pensiero positivo. È il frutto di un percorso di liberazione dalla nostra tendenza a giudicare e tirare conclusioni troppo in fretta sia sulle persone che sulle situazioni.

Mi sono fatto l'idea che la funzione principale di questi meccanismi sia quella -di fronte a una situazione sfidante di cui dobbiamo rispondere- di costruirsi un alibi per la sconfitta prima ancora di cominciare a giocare veramente. Se mi convinco che il mercato è saturo, quando dovrò fare i conti coi risultati della fiera avrò già pronta la giustificazione. Avere un approccio costruttivo significa stare coi piedi nella realtà per quello che è, e fare del proprio meglio con i vincoli e le limitazioni presenti in ogni situazione umana: in questo modo sapremo trarre il meglio da ogni incontro, ogni relazione, ogni opportunità di passaggio, fino all'ultimo minuto dell'ultimo giorno di fiera. Ma di questo parleremo nelle prossime puntate di "COMPETENZE IN FIERA"!