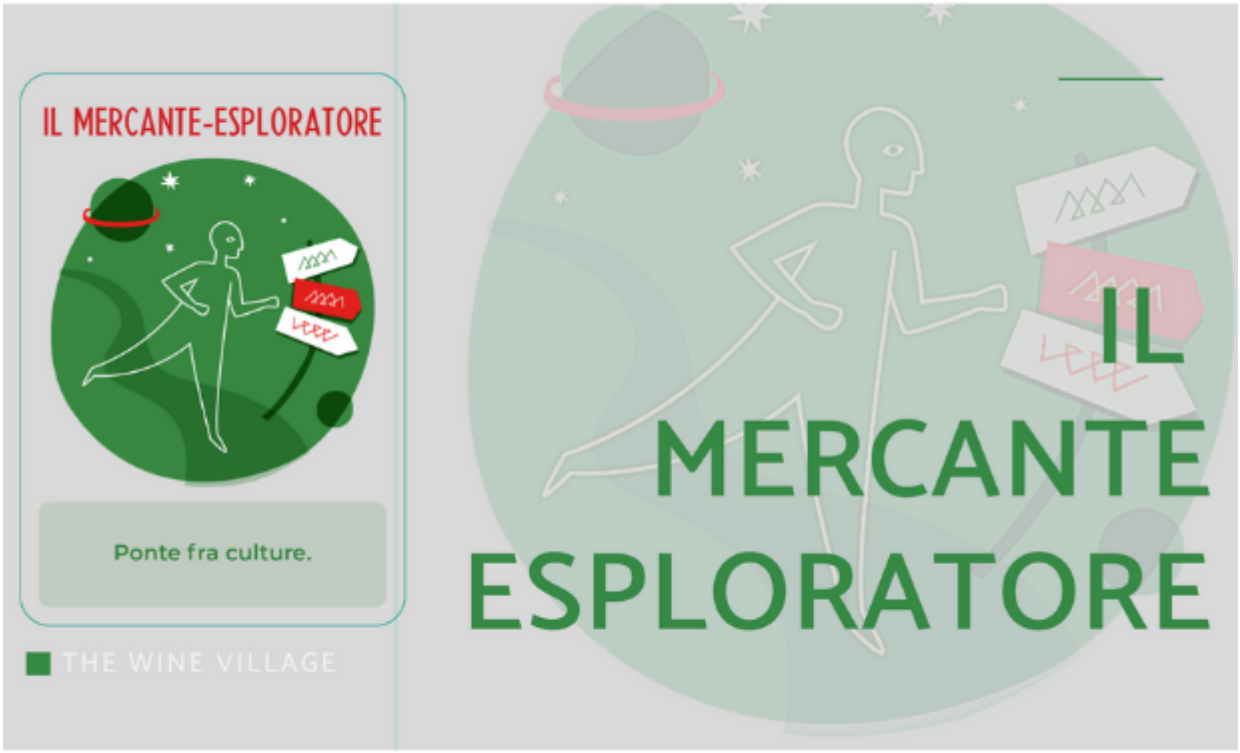
Saper integrare abitudini, culture e modi di pensare diversi

scritto da Cristian Fanzolato | 25 Maggio 2021



Ben ritrovati a “The Wine Village” . In questi mesi ci siamo confrontati con diversi protagonisti e manca poco per l’incontro con la figura leader del villaggio.

Intanto, però, scopriamo ogni giorno interazioni sempre più animate tra i vari personaggi di “The Wine Village”, ovvero tra le tante persone del mondo del vino che si riconoscono in loro.

Usare questo strumento consente a tanti professionisti di costruire nuove significative e più forti relazioni, prima di tutto con se stessi e poi con collaboratori e competitor. Chi

ha più padronanza e consapevolezza di sé riesce anche più facilmente a scrivere storie di vittoria. Questa volta abbiamo intervistato il “Mercante Esploratore”, una figura chiave nel mondo del vino soprattutto in questa fase molto complessa per lo sviluppo delle nostre aziende.

In un contesto sempre più globale, saper integrare abitudini, culture, modi di pensare diversi dai propri rappresenta un valore aggiunto. Questa spinta verso nuove e diverse realtà fa parte dell’essenza del Mercante Esploratore.

1. Mercante ed Esploratore identificano due aspetti di te?

“Mercante-Esploratore identifica da un lato la mia propensione al viaggio e all’uscita dai limiti del villaggio. Sono senz’altro un viaggiatore, un esploratore.

Dall’altro, provando una forte curiosità verso tutto ciò che sta fuori dal villaggio, sono particolarmente abile nell’entrare in relazione con interlocutori e contesti molto diversi, di cui misuro rapidamente caratteristiche e intenzioni. In questo caso, prevale il mio lato del mercante su quello dell’esploratore, cioè la mia capacità di gestire rapporti complessi e negoziazioni.”

2. Stai soprattutto fuori dal villaggio?

“Sono considerato lo straniero, portatore di risorse fresche e potenzialmente molto utili al villaggio, ponte fra culture diverse e scintilla di modi nuovi di vedere il mondo e le persone.

Un tema essenziale per me è sì poter uscire dal Villaggio per apprendere cose nuove, ma anche poter ritornare e condividere le cose che ho imparato. Se la mia esplorazione e i tesori che ho scovato non vengono accolti, questo mi porta ad allontanarmi dal villaggio in cerca di una maggiore sensibilità.”

3. Quali sono le tue competenze?

“

• Percorro nuove strade

• Riconosco e analizzo le informazioni significative e scovo nuove opportunità

• Sono abilissimo nella negoziazione

• Prendo decisioni coerenti con il contesto di riferimento

• Metto a punto un piano d’azione coerente con le decisioni prese.

• Sono capace di trasferire quello che ha imparato.

”

4. Chi è il Mercante-Esploratore nelle aziende del vino?

“A differenza del Cacciatore o del Guerriero, che sostanzialmente sono legati costantemente alla “casa madre”, il Mercante-Esploratore nell’azienda vitivinicola è l’export manager che passa oltre 200 giorni all’anno in giro per il mondo. La mia forza infatti risiede anche nella mia libertà di movimento,nel seguire il mio intuito, nel coltivare la mia curiosità.

Sicuramente aiuto la mia azienda a comprendere i suoi movimenti, le sue scelte, attraverso l’invio costante di coordinate, ma al tempo stesso non posso essere imbrigliato. Un Mercante-Esploratore che passa gran parte del suo tempo in azienda, ad esempio, significa che o non lo è veramente o è gestito male. Quando sono costretto o vengo relegato per troppo tempo dentro un ufficio vado in crisi, come una tigre in gabbia.

La motivazione anche nell’azienda vitivinicola è fondamentale per me e non è legata “solo” ai risultati economici che posso

portare, ma anche alla stima e libertà di cui posso godere. Come per il Cacciatore e il Guerriero, non esiste un Mercante-Esploratore capace di soddisfare i fabbisogni di qualsiasi tipologia di azienda.”

Dalle parole del Mercante-Esploratore capiamo che risulta importante scegliere bene questa figura. Visto l’investimento rilevante anche in viaggi e trasferte, sbagliare può trasformarsi in un grave handicap per un’impresa vitivinicola. Inoltre abbiamo capito che molte aziende del vino rischiano di perdere Mercanti-Esploratori perché non danno il giusto spazio ai mercanti per condividere, confrontarsi e raccontare quello che hanno imparato durante i loro viaggi. E questo crea un disagio che alla lunga allontana.

E voi, valorizzate e ascoltate abbastanza i Mercanti-Esploratori della vostra azienda? Sapete riconoscere il Mercante-Esploratore adatto alla vostra realtà?

Scoprite come valorizzare e scegliere il vostro Mercante-Esploratore: per informazioni e consulenza scrivete a redazione@winemeridian.com.