

Le abitudini sono le prime nemiche del tuo business

scritto da Lavinia Furlani | 9 Novembre 2021



Sono tanti i fattori che ostacolano un'evoluzione aziendale, ma uno dei principali è l'inerzia dell'ABITUDINE. “Si è sempre fatto così” è l'alibi più radicato in ogni azienda e che arresta ogni cambiamento migliorativo.

Abbiamo tutti le stesse abitudini, non solo nella gestione delle quotidianità, ma anche nel modo di affrontare i problemi lavorativi adottando un certo schema o parlando con un cliente presentando i nostri prodotti sempre nello stesso modo.

Ed ecco che la strada che percorriamo per trovare un importatore è sempre la stessa da dieci anni, la scelta di partecipare ad una fiera deriva solo da una storicità radicata, la nostra trattativa di vendita fa leva sempre sui soliti punti fermi, la comunicazione della nostra azienda passa sempre dai soliti contenuti.

Certo: le abitudini ci servono e non possiamo attribuire a questa componente un valore negativo. Senza le abitudini vivremmo in uno stato di confusione continua. Ogni volta dovremmo affrontare una situazione come se fosse la prima volta.

Il problema nasce quando le abitudini si prendono troppo spazio e diventano rigide. E allora non riusciamo a concepire nemmeno la minima possibilità di cambiare i nostri schemi di pensiero. Le abitudini diventano una gabbia.

Quanto può reggere un modello di business che non tenga minimo conto di un cambiamento di abitudini?

Che cosa si può fare per inserire nuovi iter, nuovi pensieri, nuove procedure nel nostro modo di concepire il lavoro?

A nostro avviso, la formazione è l'unico vero strumento che può accelerare la nascita di nuovi modi per affrontare le sfide del mercato. In teoria tutti sono d'accordo sul fatto che persone più formate, più motivate e soddisfatte del ruolo, dell'organizzazione e dell'ambiente lavorativo producono di più e meglio: un lavoratore poco coinvolto fa sprecare all'azienda più del 30% della sua retribuzione, tra vittimismo, polemica e scarsa efficienza!

Un'azienda poco organizzata, con ruoli vaghi accompagnati da forte pressione sui risultati, magari guidata da "capi" più che da leader, genera un livello di stress tossico decisamente sopra la media e che non contempla nessuna forma di evoluzione.

Perché allora un'azienda del vino dovrebbe preoccuparsi di formazione e di benessere organizzativo dei propri collaboratori?

Per trovare nuove strade, attingendo anche ad altri settori, per costruire nuove relazioni commerciali.

Per riuscire a coinvolgere professionalità verticali, in grado di far uscire le aziende del vino dalla dimensione familiare e di renderle capaci di affrontare le sfide dei mercati internazionali.

Per attrarre e trattenere al proprio interno le risorse con il

più alto potenziale e le skill giuste hanno maggiori chances di successo anche in periodi di contingenza negativa, perché sanno mantenere la calma e affrontare le crisi in modo creativo e proattivo.

Smettiamola di sperare che le cose cambino se non siamo noi i primi a cambiare.

Se vuoi investire nella formazione ma non sai da dove iniziare, [scopri i nostri campus](#) o scrivi una mail a [**redazione@winemeridian.com**](mailto:redazione@winemeridian.com)