



ABSTRACT DEL LIBRO

Quali ricette per battere la crisi

A cura di Massimiliano Colella e Sabina Rodi del Centro Studi INAZ

Nella collana editoriale INAZ un'opera sulle prospettive del marketing, dell'organizzazione e della gestione delle risorse umane

Milano, 16 novembre 2009

La crisi economica? C'è, si vede e soprattutto si sente. Ma può anche essere motivo di nuove opportunità, per esempio con il riposizionamento dell'offerta aziendale. Soprattutto deve essere affrontata con le scelte giuste. A questo compito si dedica un agile volume della Piccola Biblioteca d'Impresa Inaz ("Persone, Organizzazione, Innovazione"), frutto dell'esperienza maturata sul campo di **Luigi Rendina**, direttore marketing e comunicazione della stessa Inaz, di **Maura Fulle**, esperta e consulente di organizzazione e gestione delle risorse umane, e di **Stefano Greco**, uno psicologo esperto di formazione, marketing e motivazione del personale.

L'occasione del libro è un "giro d'Italia" che nel corso del 2009 ha portato gli autori ad animare una serie di incontri in diverse città, promossi dal Centro Studi Inaz e dedicati appunto al binomio crisi economica – risorse umane. Nelle 170 pagine del libro non ci si sofferma tuttavia solo sugli aspetti riguardanti l'organizzazione e il capitale umano. Vengono riproposti e 'metabolizzati' attraverso le sfide del momento economico, anche principi di base del marketing, a partire dall'analisi di come "i clienti ridefiniscono il valore".

Conoscere i clienti, valorizzare i talenti

Inutile, per esempio, per un'azienda con un'immagine e un'offerta rivolte al segmento 'alto' del mercato, cercare di sostenere i volumi di vendita 'invadendo' i segmenti del mass market: troverà sempre concorrenti che sapranno farlo meglio e correrà il rischio concreto di perdere il sostegno della propria clientela tradizionale, anche se, ricorda Luigi Rendina, "passato il periodo negativo della recessione i clienti riguadagneranno potere d'acquisto, ma sarà improbabile che tornino alle vecchie abitudini di spesa". Che fare allora? La cura si chiama innovazione, per fornire nuovi stimoli e posizionarsi per la ripresa: "quando i mercati ripartiranno, chi ha continuato ad investire in nuovi prodotti e soluzioni si troverà avvantaggiato", perché sarà premiato dai clienti. Il primo passo,

allora, in tempi di crisi è “comprendere i nuovi orientamenti dei clienti durante i periodi di recessione e soprattutto dopo”.

Ma come deve essere l’azienda in grado di reagire alla crisi? La risposta è in “un’organizzazione snella che sia in grado di accelerare e delegare il processo decisionale e quindi rispondere alle richieste del cliente”.

La riorganizzazione chiede a sua volta passi avanti nella politica di gestione delle risorse umane, anzi, sostiene Maura Fulle, il motore generatore e ispiratore dovrebbe essere spostato sulla centralità della pianificazione organizzativa e sul successivo monitoraggio della struttura. Nuove indicazioni arrivano anche per le politiche retributive e gli sviluppi di carriera. L’idea sostenuta è quella di un superamento dei tradizionali modelli gerarchici predefiniti.

L’organizzazione aziendale flessibile richiesta oggi punta su un riconoscimento delle singole competenze e della poliedricità degli addetti, anche sotto il profilo retributivo, che richiede perciò una gestione ‘one-to-one’, meno rigidamente vincolata alla qualifica e, in buona sostanza, ai tradizionali modelli del “job grade”.

La valorizzazione dei talenti (“non come dei cavalieri bianchi che arrivano a risolvere le situazioni, ma persone che spesso sono già presenti in azienda”) e i processi motivazionali sono altri pilastri dell’esposizione del libro, ma proprio nei momenti di crisi occorre qualcosa di più. Per questo, Stefano Greco associa gli elementi “sviluppo delle risorse, motivazione e creatività”, perché quando serve un cambio di marcia è la squadra giusta a fare la differenza.

“Persone, Organizzazione, Innovazione” – *Luigi Rendina, Maura Fulle, Stefano Greco* – Piccola Biblioteca d’Impresa Inaz, pp. 175 - Settembre 2009

Per ulteriori informazioni:

INAZ

Massimiliano Colella / Sabina Rodi

Milano

Tel. 02.277181

colellam@inaz.it / rodis@inaz.it

Ufficio Stampa Inaz – Fmc

Benedetta Villa

Milano

tel. 02.805.2434

bvilla.fmc@virgilio.it