

# LE 6 CHIAVI DELLA CRESCITA PER TUA PMI!

Quale imprenditore non sogna di **far crescere la propria azienda**? Per quanto difficile, è un'aspettativa che, almeno agli inizi, si culla.

Ma cos'è che fa crescere veramente un'azienda? Crescere significa prima di tutto **affrontare cambiamenti** e, a volte, momenti di crisi.

Per poter superare tali momenti, e uscirne alla grande, Daniel Priestley sostiene che sia tutta una **questione di Asset**, ovvero di strumenti a disposizione dell'azienda. Tale tesi l'ha esposta nel suo libro *Le 24 chiavi della crescita*, dove appunto descrive 24 strumenti utili possibili per la crescita.



Io ti elencherò i principali, quelli che secondo me sono più **a misura di una PMI**. Se volessi approfondire, ti invito a dare uno sguardo al resto del libro che ho trovato di facile lettura e ricco di spunti.

## CHE TIPO DI AZIENDA È LA TUA? COSA PUÒ DIVENTARE?

Ok, l'argomento è la crescita dell'azienda. Ma crescere in che senso?

Esistono diversi tipi di azienda. Priestley fa un elenco con 9 tipologie all'interno del suo libro. Distinguendole in base a due parametri:

- Numero di persone
- Valore medio dei Ricavi per Addetto (RPA)

Escludendo le startup e le grandi aziende, vediamo di seguito 5 dei 9 modelli dentro cui si possono rispecchiare le PMI.

- **Boutique in difficoltà (3-12 addetti con Basso RPA)** Molte nostre aziende potrebbero ritrovarsi in questa dimensione. Piccole nell'organico, i ruoli non ancora definiti, con un mercato molto localizzato nei dintorni dell'azienda. Di fatto vive scambiando il suo tempo per denaro, priva di qualsiasi forma di economia scalabile. In altre parole: molta fatica, molto sudore, ma redditività che stenta.
- **Boutique modello lifestyle (3-12 addetti con Alto RPA)** Nelle dimensioni è identica a quella precedente, ma qui l'organico è molto più dinamico, ricco di diverse competenze. Ognuno si organizza in maniera indipendente. Lo spirito di collaborazione fa parte del DNA dell'impresa e ognuno si sforza di remare nella stessa direzione. L'imprenditore ha più potere decisionale, che tecnico. Non scambierebbe il suo posto (e il suo reddito) con quello di un manager di grande azienda, per nulla al mondo.
- **Deserto (13-49 addetti)** Qui le dimensioni incominciano a sentirsi. Non siamo più nella realtà artigiana, ma di fatto non ci si può nemmeno considerare una grande azienda. Insomma, non si è né carne né pesce. Si è in mezzo a un guado dove i costi fissi cominciano a lievitare. Dovrebbe essere una fase di passaggio da superare il prima possibile. In altre parole: o si cresce in fretta oppure il rischio è di non essere all'altezza di competere su scala globale.
- **Fabbrica (più di 50 addetti con basso RPA)** Abbandonato il guado secco del deserto, l'azienda è cresciuta. Purtroppo però lo ha fatto solo nelle dimensioni. I dipendenti sono aumentati, ma i ricavi non l'hanno fatto in maniera

proporzionale. Si comincia a viaggiare su una lama di rasoio, e la cosa si fa stressante, per dipendenti e per imprenditore.

- **Azienda Performante (50-150 persone con alto RPA)** Team preparato e affiatato a cui l'azienda affida risorse aziendali di qualità. Si investe tempo e denaro per lo sviluppo di cultura aziendale, identità e brand. I processi e i prodotti hanno una capacità di adattamento superiori, l'azienda serve più mercati e più territori. Si generano profitti alti grazie ad asset strategici (soprattutto immateriali) su cui si continua ad investire. La guida della società è condivisa tra la società e dirigenti ben formati.

Facendo una riflessione rapida sulla tua azienda, tu dove la collocheresti tra queste 5?

## COME PUOI MIGLIORARE LA TUA SITUAZIONE AZIENDALE

Qualunque sia il risultato del tuo ragionamento, non ti preoccupare. C'è sempre modo di migliorarsi, se si vuole. E, secondo Priestley, la chiave del miglioramento sta nelle risorse che hai in mano. Quelli che lui chiama Asset.

In altre parole, prima di cercare all'esterno un'ispirazione, guarda dentro la tua azienda e fai una verifica delle [risorse che hai in casa](#).



Chiaramente, mentre pensi a come far crescere la tua azienda, devi anche capire dove vuoi portarla. La cosa importante è avere in testa, quale dimensione sia la più adatta.

Trovato l'obiettivo, ecco che ti devi concentrare sugli strumenti che già possiedi o desideri acquisire dentro l'azienda.

Priestley te ne elenca 24. Per semplificare, io ne ho scelti 5 che possono essere a portata di ogni PMI. Un riferimento da cui partire.

## 6 ASSET PER FAR CRESCERE LA TUA AZIENDA

### 1. IDENTITA'

La tua identità è il modo in cui vieni percepito dalla clientela. Un concetto non da poco nel processo che porta ad acquistare un tuo prodotto o servizio. Deve essere chiara ed esprimere un concetto semplice da ricordare. Ogni cosa che parla dell'azienda (logo, slogan, nome, etica) deve essere coerente con essa, altrimenti si rischia di confondere il cliente. Può sembrare qualcosa di astratto, ma in realtà l'identità di un'azienda ha un peso ben specifico nella mente dei tuoi potenziali clienti. Un concetto inconscio che li porta a pensare "Compro da loro perché..."

### 2. DATI

La raccolta e la gestione dei dati interni ed esterni all'azienda sono fondamentali. Migliorano il controllo, la comunicazione, la condivisione degli obiettivi e dei risultati raggiunti. Non solo: possono essere molto utili nel migliorare e valorizzare il rapporto con la clientela. Ad esempio puoi analizzare ed elaborare dei [KPI](#) per tenere traccia degli acquisti dei clienti più importanti. Avresti la possibilità di interpretare i comportamenti e, di conseguenza, cercare di migliorare la tua offerta nei loro confronti.

### 3. SISTEMI DI GESTIONE E AMMINISTRAZIONE

Avere un buon pannello di controllo dei dati è fondamentale. Non è più possibile perdere intere giornate solo per leggere dieci pagine di bilancio, che tra l'altro rappresenta solo un anno. Imprenditore e collaboratori devono avere a disposizione, in maniera rapida e semplice, solo i dati utili a loro. [Il Report è obbligatorio](#), se si vuole essere reattivi e veloci.

#### 4. CONTENUTI

Il contenuto è ormai la vera chiave del mercato moderno. La tua azienda, la sua identità e i suoi prodotti devono essere comunicati. Una volta costava uno sproposito farsi vedere sui media, oggi è alla portata di tutti. Perché non cercare di aumentare il valore della propria azienda, cercando di mostrarla al mondo? Se non comunichi te stesso, al giorno d'oggi è come non esistere.

#### 5. POSIZIONAMENTO

Conoscere la tua azienda e il tuo prodotto non basta. Devi conoscere il tuo mercato e i tuoi concorrenti. Cosa ti differenzia dagli altri? Chi offre il prodotto più "giovane"? Chi è invece il più "tradizionale"? Tracciare una mappa del proprio settore e cercare di posizionarsi all'interno, può essere il punto di partenza per meglio identificare la propria azienda e sviluppare un sistema di contenuti efficace. Sinonimo di serietà è comunicare chi si è, cosa si fa e a chi ci si rivolge. Prima di comunicarlo, ovviamente, bisogna saperlo.

#### 6. SISTEMI DI MARKETING E VENDITE

Dopo aver definito cosa dire e a quale pubblico rivolgersi è necessario sviluppare processi efficienti in grado di adattare in modo appropriato il messaggio aziendale. Non esiste una ricetta magica, occorre sperimentare continuamente nuove modalità in grado di ottenere l'attenzione del mercato. E' necessario ascoltare i bisogni ed elaborare delle risposte in tempi rapidi. In alcuni mercati, la velocità nei tempi di risposta e il *customer care* fanno la differenza, più della qualità.

Da questo breve elenco ne ho tralasciati altri che potrebbero essere interessanti. *Le 24 chiavi della crescita* è un ottimo libro, ispiratore e semplice da leggere. Dedicarci qualche ora del tuo tempo libero sarebbe già un ottimo modo per crescere come imprenditore, prima che come azienda.

Lavoro con le PMI da molti anni, e conosco bene le difficoltà che gli imprenditori incontrano nel gestire e guidare un'azienda. In questo blog voglio condividere in modo semplice le tematiche da cui ricavare spunti. Per questo ti invito a iscriverti alla [newsletter mensile](#) e anche sul canale su [YouTube](#).