

L'IMPRENDI (PROMO) TORE

Stare sul pezzo

In un mondo interconnesso l'attenzione al dettaglio può fare la differenza

**di Andrea Bettini, Storytelling Specialist |
Co-founder Strategike Srl**

L'espressione "stare sul pezzo" ha qualcosa di volutamente catalizzante. Tralasciando le origini, alcuni la riconducono al gergo produttivo industriale, cioè stare sul pezzo della catena produttiva a cui si lavora, la cosa che affascina però è il suo immediato richiamo all'attenzione.



Questo aspetto di essere completamente presenti mentre si sta facendo qualcosa, non è solo affascinante, ma forse l'uovo di Colombo per fare bene le cose. Il tema può essere analizzato da varie angolazioni. In un'ottica puramente temporale, stando alle otto ore canoniche di un lavoro, ci sarebbe alquanto da discutere su come possiamo mantenere una costante concentrazione sulla totalità delle nostre attività. Solo per far un esempio l'interruzione di ciò che stiamo facendo da parte di un collega che ci chiama al telefono o si affaccia all'uscio del nostro ufficio, ci richiede dai 25 ai 35 minuti per riprendere la concentrazione totale su ciò che eravamo impegnati. Provate solo ad immaginare lo stress al quale siamo sottoposti tra notifiche di WhatsApp, mail in arrivo, squilli di cellulare. L'interruzione del flusso del pensiero assume le sembianze di una ritmica sincopata.



Ma lo stare sul pezzo è anche sinonimo di aggiornamento. Tutti noi abbiamo necessità di conoscere ciò che ci circonda. Essere informati. Affinare ciò che sappiamo ed imparare cose nuove. Se poi ci si occupa di consulenza e di mercati, questo diventa pure una condizione necessaria. Una conoscenza che va costantemente ampliata. Un sapere che deve quotidianamente essere alimentato. Non solo in ambito tecnico e strettamente legato alle proprie materie. Tutto ciò va fatto in un'ottica di colmare un pozzo, che non potrà risultare mai pieno, che va sotto il nome della curiosità. L'essere curiosi dovrebbe essere un pre-requisito richiesto a tutti coloro che vogliono intraprendere un lavoro com'è quello del consulente finanziario. Una curiosità non banale da rotocalchi rosa. Una curiosità in grado di fornirci degli elementi ulteriori per svolgere meglio la propria attività. Perché solo se siamo preparati ed aggiornati, possiamo permetterci di fornire utili consigli ai nostri interlocutori.



In questa veloce disamina di un'espressione gergale c'è però un'interpretazione che più di altre forse vale la pena soffermarsi. È lo stare sul pezzo quando si è di fronte ad un cliente. È in questo preciso momento che i dettagli possono fare la differenza. Se è vero che esiste un rituale durante una trattativa con un cliente, un rituale fatto da accortezze e precisi momenti di scambi di dialogo, è altrettanto vero che ogni persona che incontriamo immediatamente la riconduciamo ad un nostro personale

archivio casistico. Un archivio frutto della nostra esperienza e del nostro modo di interpretare la realtà. Un archivio spesso però alimentato (e minato) anche da stereotipi da una parte e pseudo certezze dall'altra. È naturale abbiamo bisogno di sicurezze, quindi più ancoriamo al noto il profilo del nostro interlocutore, più, apparentemente, ci sentiremo in grado di gestire il dialogo e la relazione. È qui che lo "stare sul pezzo" però può venirci in aiuto più di ogni altra cosa. Si tratta di mettersi in ascolto, sintonizzarsi sulle frequenze del nostro interlocutore. Non sto parlando di PNL o di altre tecniche particolari di comunicazione e di linguaggio. Anzi proprio il termine tecnica qui ha poco a che vedere. Qui si tratta di fare un gesto naturale quanto antico di puro ascolto. Un ascolto interessato e sulla base del quale si possa poi costruire una proposta concreta per aiutare il nostro interlocutore. Altrimenti il rischio qual è? Che il lavoro del consulente finanziario diventi una pura commodity e questo non può e non deve accadere. È qui che ognuno si gioca la sua effettiva capacità di poter fare la differenza.

Stare sul pezzo è soprattutto questo. In un alternarsi di stimoli e di interconnessioni digitali si tratta di fermarsi, rivolgere lo sguardo verso il nostro interlocutore ed accendere la mente. Facile? Doveroso.



Andrea Bettini Co-Founder, Storytelling Specialist STRATEGIKE Srl

Da anni accompagna le aziende nell'applicazione di processi narrativi alle loro diverse funzioni aziendali. È co-founder di Strategike, società di consulenza e formazione strategica per le imprese. Curatore del blog "To Be Continued" dedicato al Corporate Storytelling su Nòva - Il Sole 24 Ore e autore del libro "Non siamo mica la Coca-Cola, ma abbiamo una bella storia da raccontare" (ed. FrancoAngeli), manuale di Corporate Storytelling per le PMI. www.andreabettini.me

www.gam.com seguitemi anche su:



Disposizioni importanti di carattere legale

I dati esposti in questo documento hanno unicamente scopo informativo e non costituiscono una consulenza in materia di investimenti. Non si assume alcuna responsabilità in quanto all'esattezza e alla completezza dei dati. Le opinioni e valutazioni contenute in questo documento rappresentano la situazione congiunturale attuale e possono subire cambiamenti. GAM non è parte del Gruppo Julius Baer.