

# LA VIA DELLA REMONTADA

**COME FARE IN 90 GIORNI  
PIÙ DI QUELLO CHE GLI ALTRI  
FANNO IN UN ANNO**



**SPIRITO D'INIZIATIVA**  
Arte e Scienza delle Prestazioni Superiori

# BENVENUTO SULLA 'VIA DELLA REMONTADA'

**Da: Maurizio Tucci**

Autore di Facilitare Decisioni e coach presso la CoachingX100 School, Pescara.

Quella che ora hai fra le tue mani è una semplice, ma originale e potente risorsa. Perciò mi fa piacere che hai scelto di scaricare questa guida per imprenditori e liberi professionisti. Per facilitare la consultazione della Via Della Remontada voglio subito riassumerla in tre passi: 1) mano ferma, 2) chiodo giusto e 3) giù col martello.

Infatti, nella prima parte di questa guida troverai riferimenti sull'atteggiamento necessario per una remontada (la mano ferma), poi presenterò la tattica che sostiene tutta la comunicazione (il chiodo) ed infine la strategia (il martello).

**Ti prego di tenere a mente** -- la Soluzione Domino è una tattica e ha bisogno di fare i conti con il contesto e l'epoca in cui viene presentata ad un mercato. Una soluzione che funzionava 3 anni fa, non è detto che funzioni oggi.

**Considera anche che** -- Ormai viviamo nel business delle soluzioni. Una soluzione ben articolata può darti le basi e lo slancio per una singola campagna e può far crescere i tuoi profitti più velocemente di quanto tu possa immaginare.

2



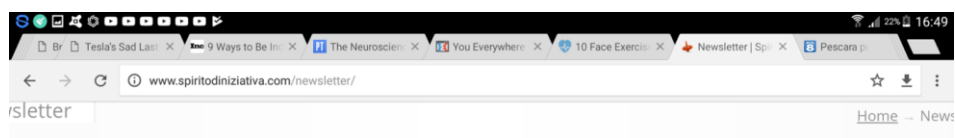
**SPIRITO D'INIZIATIVA**  
Arte e Scienza delle Prestazioni Superiori

**Un'ultima cosa** – Da tempo ho scelto di dedicarmi a non più di 3 o 4 clienti l'anno. Questa è anche la ragione per cui mi fa piacere condividere con te, e con un pubblico più ampio, il sistema di gestione delle prestazioni che condivido solo con un numero ristretto dei miei clienti. Come potrai notare questo approccio non ha nulla a che fare il classico lancio dei tre video che da anni vediamo sul web. Ed è l'opposto di quel genere di lancio che fa leva sull'offerta di un prodotto a basso costo.

L'attualità di questo approccio è determinata dal riconoscimento reale del tuo valore competitivo. Quella che chiamo "differenza competitiva" passa attraverso la scelta accurata del "chiodo giusto". Questo vuol dire che la soluzione che offri al tuo mercato non può appassionare solo te o solo loro. Deve far leva sul punto autentico di contatto tra te e loro. Okay, non ti anticipo altro. Buona lettura.

P.S. Altre risorse settimanali puoi riceverle dalla mia newsletter. Se non siamo già in contatto, **iscriviti qui**

<http://www.spiritodiniziativa.com/newsletter/>



### Vinci l'inerzia. Inizia una remontada...

ti alla newsletter per ricevere (gratis) idee e strumenti collaudati da individui ed organizzazioni altamente professionali. Scoprirai perché oggi sono così cruciali le tattiche e le strategie che favoriscono una remontada.

Alla tua iscrizione riceverai in regalo la collezione di **audio** sui

**5 errori comuni ai professionisti indecisi (e le soluzioni per sfidare ogni crisi)**

Inserisci i tuoi dati per ricevere l'audio-corso completo

Nome:

Email:

[Accesso ai 5 errori comuni ai professionisti indecisi](#)



**SPIRITO D'INIZIATIVA**  
Arte e Scienza delle Prestazioni Superiori

## UN INVITO A RIVEDERE I 'BUONI ESEMPI'

Prima d'iniziare ho una richiesta.

Ti chiedo di verificare se anche tu, come me, incontri amici e colleghi stanchi di una di queste tre situazioni molto comuni. Sono i "3 tormentoni dell'imprenditore".

**1. Ti spacchi in quattro**, risolvi mille problemi e tamponi ogni urgenza (con partners, collaboratori, fornitori, etc.) e t'impegni sia nel migliorare la tua produttività che nell'acquisizione dei clienti, ma non vieni ripagato nella giusta proporzione e, raramente, hai il tempo per staccare la spina da tutto.

**2. Le emergenze continue rubano energia ai tuoi progetti** migliori e non fanno decollare le iniziative che hanno il maggior potenziale di ritorno economico. Perciò, anche se le tue "speranze sono le ultime a morire", molte idee restano a metà e non si realizzano.

**3. Al termine di ogni giornata** senti di essere in debito con "quello che vuoi fare" e al mattino senti di non aver riposato abbastanza, o di non avere tutta l'energia per affrontare le vere sfide che ti aspettano.

Naturalmente questi sono solo 3 esempi e, anche se dipingono bene il quadro di una situazione più ampia, se almeno uno di questi tormentoni ti sembra familiare, troverai interessante il sistema che voglio per presentarti.



**SPIRITO D'INIZIATIVA**  
Arte e Scienza delle Prestazioni Superiori

## IL PENSIERO A SCALE

Ecco la prima cosa da fare immediatamente: ignorare tutto quello che ti hanno detto riguardo all'attività che svolgi oggi. Butta alle ortiche tutto quello che non funziona. Presto ti renderai conto che questo passo è cruciale.

Pensaci: tutte le regole, le modalità e le pratiche accettate sono state stabilite da persone che promuovono la scarsità e, al tempo stesso, spingono a salire sulla scala del progresso per trovare riconoscimento e ricchezza sui gradini più alti.

Ma quasi tutto quello che fanno quelli che sono al vertice del proprio settore è il contrario di quello che ti hanno insegnato nei libri tradizionali, a scuola e nei percorsi ufficiali. E se ci rifletti bene, ha perfettamente senso, giusto?

Okay, ecco un buon motivo per sbarazzarti delle lenti del “branco”.

## LA REGOLA DEL BRANCO

Nel 1971 W.D. Hamilton, un biologo e matematico, propose la “teoria del branco egoista”.

Se ti occupi di comunicazione, o se sei un imprenditore, devi riconoscere ed evitare questo comportamento. Così il tuo successo non verrà soffocato.



**SPIRITO D'INIZIATIVA**  
Arte e Scienza delle Prestazioni Superiori

La “regola del branco” ha cercato di spiegare perché gli animali tendono a cercare una posizione centrale o media all’interno di un gruppo.

*“Ognuno riduce il pericolo per sé scegliendo la posizione e il comportamento che lo tiene il più possibile al sicuro e perciò si muove verso il centro del gruppo.”*

La stessa cosa la vediamo con le persone.

**La maggioranza crede alla bugia che la sicurezza sia nei numeri.** Tradotto: facendo parte di un grande gruppo, minimizzi le possibilità di essere vittima di incidenti o altri eventi negativi.

Ecco perché la maggioranza segue il gregge. Inclusi gli esperti di comunicazione e gli imprenditori.

La maggioranza segue ciecamente le stesse strategie e tattiche che vede usare dal branco inferocito di imprenditori del loro stesso settore e/o dagli esperti. Fa parte della natura umana credere che “se lo fanno in tanti, funziona”.

**Ma fare quello che fa la maggioranza, porta solo ad ottenere quello che la massa riesce ad ottenere: risultati medi e modesti.**

E tu – diciamola tutta – mica vuoi risultati modesti?

Perciò se vuoi ottenere il meglio, è più saggio evitare di ‘copiare’ quello che fa l’individuo medio in molte situazioni. Triste, ma vero.



Ad esempio:

E' saggio modellare quello che fa la maggioranza con le diete, l'esercizio fisico e nella cura della propria salute?

**Col cavolo.** Secondo molti studi, più dei due terzi (67.7%) degli adulti sono considerati obesi o in sovrappeso.

E' saggio modellare quello che fa la maggioranza nella gestione dei soldi?

**Col cavolo.** Non ho i dati italiani, ma secondo un sondaggio del 2016 il 68% degli americani ha meno di 1000 dollari in banca.

Cosa dire dell'imprenditorialità? E' saggio modellare quello che fa la maggioranza per farsi conoscere e vendere?

**Col cavolo.** l'80% degli imprenditori fallisce.

E questa è esattamente la ragione per cui NON dovresti seguire alla cieca il branco. Perché troppo spesso il branco va nella direzione sbagliata. Specialmente il gregge che scommette sull'On Line.

**Questo vuol dire che non ci sono modelli da seguire o tattiche** e strategie da modellare seguendo la maggioranza?

Certo che ci sono.

Assicurati solo di non accettare come oro colato le "migliori pratiche" solo perché le stanno usando la maggioranza dei tuoi colleghi o degli esperti.



Non essere troppo veloce nel replicare le stesse strategie usate dalla media degli esperti che vedi in giro, senza prima comprendere bene e mettere alla prova quei modelli.

**Combatti l'illusione della sicurezza** che ti spinge nel bel mezzo del branco e proteggiti dalla tendenza che ti porta a 'copiare' il comportamento del gregge.

Ricordati che se fai quello che fa il gregge, finirai per ottenere quello che sta ottenendo il gregge.

E, sfortunatamente, il gregge dei colleghi del tuo settore, non sta ottenendo il successo che tu stai cercando. Dunque non puoi aspettarti qualcosa di differente e per questa ragione serve una mentalità più robusta.

## **MENTALITA' CONTROCORRENTE**

Gli individui che vanno controcorrente hanno un modo preciso di pensare al loro posto nel mondo.

Tanto per cominciare sanno di avere il diritto di chiedere e ricevere una ricompensa economica gratificante, così come sanno selezionare i clienti con cui vogliono lavorare.

E poi ci sono anche degli aspetti "tradizionali" che fanno sorridere un uomo d'affari che si muove fuori dal branco.

Ad esempio:

Cosa puoi fare per far conoscere la tua azienda o per fare pubblicità ai tuoi prodotti o servizi? Ecco due estremi. Da una parte ci sono quelli che spendono tanti soldi in





pubblicità, senza puntare a risultati misurabili e/o alla pianificazione di un ritorno economico soddisfacente.

O, d'altra parte, per quanto sembra strano, c'è ancora chi non spende un centesimo in pubblicità tranne, forse, qualche brochure o i biglietti da visita. Detto fra noi, con gli stessi soldi spesi per realizzare brochure e biglietti da visita si può puntare ad un ritorno quasi immediato.

Quella qui in basso non è una vera campagna pubblicitaria. **E' solo un test.** Costo 41,99 euro. L'intento era di raggiungere un piccolo gruppo di persone in un'area geografica molto ristretta e verificare la soluzione giusta per loro. Un primo dato è che su 19.199 persone raggiunte 12.489 hanno visualizzato il video. La cosa interessante è che in meno di 3 settimane i 41 euro investiti hanno reso x55. Non male per un test. Più avanti approfondiamo il tipo di soluzione che è necessario testare.



## DOVE PORTA QUESTA SCALA?

Eppure il branco continua a mettersi in fila lungo le vie più battute. Quello che mettono davanti ai nostri occhi è un mondo concepito con gradini da scalare uno alla volta. E noi dovremmo metterci in fila -- per fare qualcosa che non funziona.

Dai voti a scuola, alle cinture colorate nelle arti marziali o ai lupetti che diventano esploratori e poi rover, etc. Gli stessi gradi e/o livelli li vediamo nelle religioni e in altre organizzazioni.

Questo per dire che se un tempo queste “scale” ti hanno affascinato, oggi è arrivato il momento di sorridere davanti all’ennesima scala che qualcuno ti presenta per invitarti a partecipare ad una arrampicata di massa.

Nella stragrande maggioranza dei casi le scale sono state create, da persone come te e me, per una sola ed unica ragione: per controllare le persone. Ma stai pur certo che non hai bisogno di restare incastrato nel “pensiero a scale”. Non credo che tu abbia una voglia matta di arrampicarti su una scala che altri hanno costruito per controllare il tuo percorso.

Semmai puoi essere tu a creare una scala, invece di essere vittima di una spirale di conquiste che ti fanno perdere di vista quello che conta davvero. Questo per dire che se le



persone sono così condizionate dalla necessità di salire delle scale, puoi usare questa tendenza per la tua attività. Puoi farlo in modo etico ed intelligente ed invitare le persone a salire ad un livello superiore facendo affari con te.

**Il punto: puoi offrire un buon prodotto o servizio? Puoi offrire i risultati che prometti ed essere orgoglioso di quello che offri? Puoi fornire delle prove di quei risultati in anticipo? Bene, se è così, questo è ciò che conta.**

La tua attività professionale è qualcosa che si svolge tra te e il tuo cliente. Le vie tradizionali che non ti aiutano a fare ciò che conta davvero e, invece, ti spingono ad arrampicarti su qualche scala, sono solo fesserie.

La sostanza è che non hai bisogno di salire rampe di scale che ti allontanano dal nucleo reale della tua attività.

## **SICUREZZA**

Quello che offriamo nel mercato di oggi è uno stato emotivo: la sicurezza. E' utile tenerlo a mente. Il cliente acquista la tua fiducia e la tua certezza.

Anche le persone che hanno un successo estremo cercano e/o si confrontano con qualcuno che ha una visione più completa di un settore o riguardo ad una circostanza. Questo vuol dire che in ogni settore è necessario trasmettere una sensazione di certezza ai clienti.



Non solo le persone, ma anche prodotti e servizi dovrebbero trasudare la sensazione di certezza che c'è una soluzione e che esiste una reale opportunità per una via d'uscita da qualsiasi situazione problematica.

Non c'è motivo per sentirsi insicuri nel proprio settore. Anche se hai a che fare con persone che apparentemente hanno più successo di te.

Devi tenere a mente che sono persone che hanno aree incredibilmente disfunzionali. Ad esempio, io mi comporto come un idiota nella gestione del tempo. Passo da momenti di alta produttività a fasi in cui brucio il tempo a mia disposizione senza neanche accorgermi delle opportunità che perdo.

La stessa cosa vale per i tuoi clienti e per le persone di successo con cui hai a che fare per motivi di lavoro. Sono solo persone.

## **SOLDI**

I soldi non sono l'unico incentivo per andare avanti.

Sappiamo tutti che sono uno strumento, non un obiettivo.

In ogni caso sei tu a decidere quanti soldi vuoi nel tuo conto in banca. Pochi, sufficienti per le spese o tanti?



La questione centrale è questa. Non devi vergognarti se vuoi TANTI soldi. E devi rifiutarti di uscire da una stanza facendoti pagare meno di quanto hai stabilito.

## **VELOCITA'**

La velocità è potenza. Più tempo passa dal momento in cui ti senti ispirato al momento in cui prendi l'iniziativa, più corrodi la sicurezza e il rispetto che hai di te stesso.

Naturalmente non si può fare tutto con la massima velocità. Ma in quale area tendi a creare una voragine tra il momento d'ispirazione e l'azione? Quale compito è ostacolato da una voragine dovuta alla mancanza di velocità nell'iniziativa?

La velocità è una potenza. Quale iniziativa, quale azione devi mettere in moto ora? Non oggi. Ora.

## **POTERE E CONTROLLO**

Devi essere a tuo agio nell'esercitare il tuo potere personale nelle relazioni con i clienti e con le persone con cui lavori.

Devi autorizzare te stesso ad assumere il controllo delle relazioni con i tuoi clienti. Cosa significa che “devi autorizzare te stesso ad assumere il controllo delle relazioni con i tuoi clienti”?



## **Vuol dire che se non ti assumi la responsabilità delle relazioni con i clienti, non puoi aiutarli.**

Anche dopo che sono diventati tuoi clienti, manifesteranno delle resistenze perché “non sanno quello che non sanno” e hanno ancora le stesse convinzioni limitanti che avevano prima di acquistare. Il fatto che un cliente abbia acquistato da te non significa che le sue convinzioni limitanti siano scomparse.

Ecco perché hanno scelto te: per fare il passo successivo.

Per assumere il controllo della relazione dovrai usare le “cornici mentali” che potranno facilitare le loro decisioni. Dunque, non si tratta solo di facilitare le decisioni di acquisto dei tuoi clienti. Perfino più importante è facilitare le decisioni su tre fronti. Prima dell’acquisto, durante la relazione e dopo, cioè quando il tuo ruolo è apparentemente concluso.

Assumere il controllo della relazione con i tuoi clienti è un buon modo per mantenere le promesse iniziali e garantire i risultati che stanno cercando.

Ora permettimi una breve pausa ed immagina di ricevere una lettera da un mittente misterioso.



## LETTERA D'AMORE

Caro \_\_\_\_\_ (metti il tuo nome qui),

ci tengo a dirti che anche se talvolta hai dubitato della mia esistenza..

io non ho mai dubitato di te.

Credo in te. E so cosa possiamo fare insieme, io e te.

Chi sono?

Sono la tua convinzione.

Sono quella parte di te che sa, profondamente, qual è la cosa giusta da fare..

E che tu farai tutto quello che serve per ottenerla..

Sono quella parte di te che rende la tua mente più forte e più grande delle circostanze che hai vissuto..

Non importa quello che dicono gli altri.

Io sono la luce che brilla nei tuoi occhi quando prendi la decisione giusta..

Di migliorare la tua vita, anche se dovessi mettere a ferro e fuoco tutto quel che serve per rimetterti in piedi.

Mi fido di te, sinceramente.

So che sei forte e hai risorse incredibili.



Tu sei la luce che m'illumina e i tuoi sogni sono i sogni che dedico a me.

Dunque quando dici che vuoi sfondare e che vuoi superare ogni ostacolo che t'impedisce un vero progresso..

E quando senti che c'è una via per vivere una vita ricca di gratificazioni autentiche, senza **doverti mai più preoccupare di questioni di soldi..**

E così potrai fare del tuo meglio per offrire il tuo contributo al mondo in cui vivi..

**Io ti credo.**

E non solo..

Ti darò il supporto e gli strumenti per farlo succedere.

Riempi qualsiasi voragine e prendi l'iniziativa.

Ti amo,  
-- Convinzione

P.S. Ci sono tante persone che hanno il **DESIDERIO** di potermi avere nella loro vita e altrettante che **PENSANO** di avermi, ma sono in pochi ad avermi davvero.

Tu sei uno di loro. Ecco perché oggi ho chiesto a Maurizio di inviarti questo messaggio da parte mia.

\*\*\*

Okay, ora passiamo ad una delle ragioni per cui in molti si mettono in moto sulla via della remontada.





## IL MARGINE DEI GUADAGNI

Bene, non so se il margine dei tuoi guadagni attuale è la ragione principale per scegliere la Via della Remontada. Di certo non è qualcosa da trascurare.

Dunque facciamo chiarezza tra:

- **i tuoi punti di forza e**
- **la tua differenza competitiva.**

Immagina di avere una conversazione con il proprietario di un ristorante. Ma la stessa conversazione si potrebbe ripetere con un gioielliere o con un costruttore di case o qualsiasi imprenditore o libero professionista.

Diciamo che il ristoratore ti ha soddisfatto più volte con un magnifico piatto di linguine allo scoglio. E, a detta di molti, questo è il suo punto di forza.

Piccola parentesi. Un punto di forza è qualcosa che fai bene. Più scommetti su quello che fai bene, più crei un circolo vizioso. La conseguenza principale è che quello che fai può essere replicato dai tuoi concorrenti.

Torniamo al ristoratore che fa bene le linguine allo scoglio. Poiché ha ricevuto sufficienti consensi sulle sue linguine allo scoglio, gongola e si sente sicuro nel proseguire con un'impostazione che di fatto esalta i suoi punti di forza.

Qual è la conseguenza principale della sua impostazione? Io lo chiamo **Effetto Camouflage** perché sia nel suo stesso isolato che nel resto della sua bella città di mare, le linguine allo scoglio non



sono né rare, né particolarmente originali. In parole semplici si mimetizza con i suoi concorrenti. Così nasce un leader low cost.

## **LEADER LOW COST**

Chi è un leader low cost? E' un imprenditore o un professionista esposto a costanti richieste di sconto.

Se sei un leader low cost attrai clienti programmati per non riconoscere il tuo valore.

**Così i clienti vedono solo un piatto di linguine allo scoglio.** Lo stesso discorso vale per imprenditori o professionisti di ogni settore.

Questa situazione si ripete quando gli altri vedono qualcosa che fai bene, ma che fanno anche gli altri tuoi concorrenti. Perciò ti chiedono sconti assillanti che riducono i tuoi margini di guadagno.

La sostanza è che non li aiuti ad apprezzare “chi sei”.

Non li aiuti a vedere la cosa più importante di te.

## **LA DIFFERENZA COMPETITIVA**

Il punto più elevato del valore di ogni imprenditore risiede nella “Differenza competitiva” che gli permette di farsi conoscere dal mondo al quale vuole appartenere: il suo mercato.

Quando fai leva sulla tua differenza competitiva gli altri non possono copiare “chi sei” ed attrai i clienti che sanno apprezzare “il modo” in cui fai quello che fai.



A questo punto i clienti vedono lo Chef e non le linguine allo scoglio. O, se vuoi, vedono quel genere di esperienza che solo tu puoi offrire. Ecco perché non ti chiedono sconti e perciò hai maggiori soddisfazioni e hai margini di guadagno più elevati.

Facci caso: ci sono persone che ci convincono per come sono, non per quello che fanno. E cosa ti convince?

**Ti offrono una soluzione e lo fanno in un modo completamente differente dagli altri.**

Come?

## **FOCUS ESTREMO**

Ripensando ai libri che ho apprezzato e che mi hanno ispirato maggiormente emerge un fattore comune. La maggioranza aveva un focus estremo. Erano concentrati su una singola soluzione.

- “Di che colore è il tuo paracadute?” di Richard Bolles — sulla ricerca di un nuovo lavoro in linea con la propria passione.
- “Il punto critico” di Malcolm Gladwell — sul modo in cui si creano le grandi tendenze e come sfruttare i trend per fare una fortuna.
- “I sette pilastri del successo” di Steven Covey — sui comportamenti da adottare per avere successo nella tua vita personale e professionale.

Questi libri sono solo alcuni esempi di un fattore essenziale per chi si mette in moto sulla “Via della Remontada” e, ovviamente, sto



parlando del focus. Non ci può essere una remontada se ci si lascia incantare da mille lucciole. E' necessario un focus estremo.

La remontada è costruita intorno ad una singola soluzione. Non una soluzione qualunque, che passerebbe inosservata come una barca nella notte.

Una soluzione in grado di fare i conti con l'indifferenza dei tuoi potenziali clienti e che renda facile un'azione nei confronti di quello che offri.

## **PROBLEMI E TRIGGERS**

Premessa per chi avvia una carriera come libero professionista: puoi prendere qualsiasi tuo interesse personale o professionale, ma anche una passione o un problema, e costruirci intorno un'attività professionale e puoi farti pagare per il valore reale dei tuoi servizi.

Come?

Nel nostro cervello c'è qualcosa di animalesco: i triggers. Da qualche parte, in un'area remota e primitiva del cervello, è sempre pronto un "fuori programma" che vuole andare in onda.

E' proprio questo "fuori programma" che facilita le nostre decisioni.

Il risultato è un'azione immediata.

Questo approccio unisce la forza dei trigger, che sono dei grilletti psicologici universali, insieme alla pianificazione di una serie di piccole decisioni.



Ho replicato questo approccio misto che prevede triggers e micro-cambiamenti, sia con imprenditori che con professionisti di vario genere.

Una delle ragioni per cui funziona è che non spinge necessariamente a compiere un'azione conclusiva, ma favorisce una prima azione che, se sostenuta, genera un effetto domino e/o una sequenza di micro-cambiamenti.

## **LA SOLUZIONE DOMINO**

Facci caso: le idee negative sono come dei chiodi.

Sono pensieri che si fissano e resistono nel tempo.

Anche la soluzione domino funziona come un chiodo.

Una volta che hai scelto il chiodo su cui battere, la remontada assume un significato potente e persistente sia per te che per i tuoi clienti.

Comunque va detto che la soluzione domino non funziona se vuoi promuovere o lanciare un bene indifferenziato. Dunque non è indicata per quei prodotti, tipo metalli e petrolio, che indipendentemente da chi li produce non presentano differenze rilevanti.

La soluzione domino non è il tuo prodotto o servizio. Ma si basa su una “differenza competitiva” del tuo prodotto o servizio.





## LA SOLUZIONE DOMINO E' UNA TATTICA

La soluzione domino è una tattica la cui premessa è che ***“differente è meglio che essere migliore”***.

Questo tipo di soluzione fa leva su una differenza in modo competitivo perché deve fare i conti con tutti i prodotti più o meno simili che esistono nella stessa categoria.

**E' un'idea, singola, unica, differente. Ed è una soluzione fresca, originale e non ancora sfruttata nella tua categoria.**

**Evoca una sola emozione principale** che ha lo scopo di cambiare una convinzione delle persone a cui è rivolta.

Sottolineo: una convinzione. La convinzione che, come succede alle tessere del domino, farà cadere anche le altre sub convinzioni che facilitano la decisione finale.

## **LA STRATEGIA PUO' ESSERE COMUNE**

L'analogia con chiodo e martello qui torna utile.

La strategia è il martello, la soluzione domino è il chiodo.

Questo vuol dire anche che le strategie che usi possono essere comuni, ma non il chiodo.

Il tuo chiodo deve fissare la tua "differenza competitiva" nella mente delle persone interessate alla tua soluzione.

**Attenzione: anche se la tua soluzione domino si concentra su UNA soluzione, le sue implicazioni strategiche sono tante.**

## **IL SEGRETO DELLA REMONTADA**

La soluzione domino è il segreto di una remontada.

Di solito una soluzione di questo tipo è più semplice di quanto si possa immaginare. Questo non vuol dire che è facile da trovare o da riconoscere. Ci vuole una mente aperta e olio di gomito.

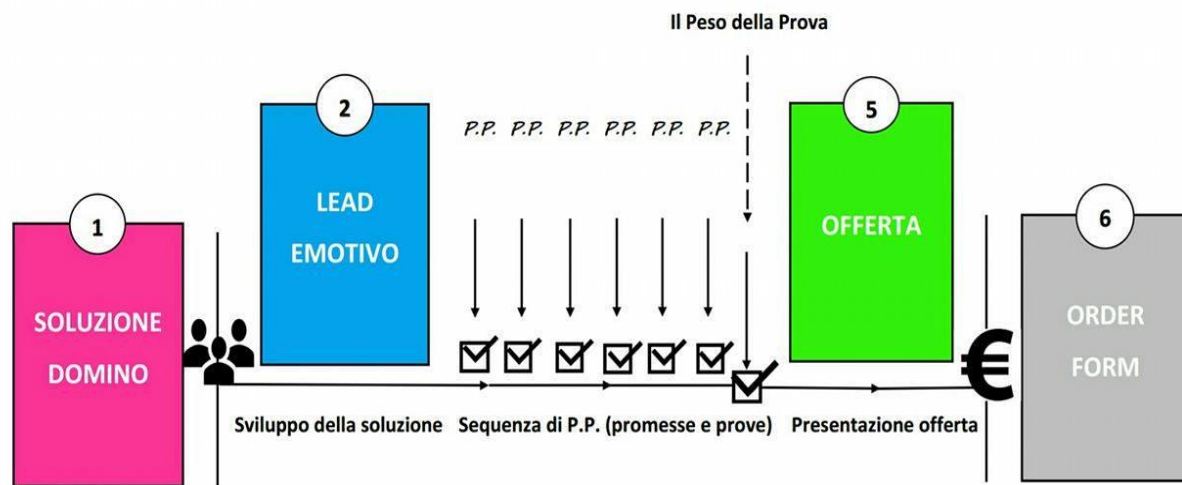
E quando la soluzione è ben congegnata può durare per decenni. Funziona molto bene nei lanci rapidi perché lascia cadere, una dopo l'altra, tutte le tessere che portano all'atto finale.



Com'è facile intuire è la soluzione intorno alla quale ruotano tutte le iniziative che facilitano le decisioni dei tuo clienti.

Ed è anche il punto di partenza. Non puoi mica iniziare a martellare senza il chiodo giusto, no?

## COME LANCIARE UNA TUA IDEA (E ACQUISIRE NUOVI CLIENTI)



L'idea dietro il lancio

Scopri di più. Clicca QUI <http://bit.ly/2oDVSGU>

[www.spiritodiniziativa.com](http://www.spiritodiniziativa.com)

Okay, il lancio parte dal chiodo giusto. Ed è bene che il chiodo sia giusto sia per te che per il tuo mercato. Così non sarà faticoso insistere con il martello. Qui entra in gioco il fattore tempo e perciò il martello deve essere supportato da un piano che fa leva sul tuo scopo e sui tuoi valori. Così eviti le battute di arresto ai primi no o di fronte agli eventuali incidenti di percorso.





## UN PIANO CUCITO SUI TUOI VALORI

Un aspetto rilevante del piano per la remontada è che non richiede il triplo o il quadruplo del lavoro abituale.

Segue un piano che si basa su:

- Valori
- Priorità
- Azioni

**Obiettivo:** orchestrare tutte le iniziative che facilitano le decisioni dei tuoi clienti.

Questo è quello che definisco come l'obiettivo patente. Cioè quello che al termine del primo ciclo di 90 giorni vedrai sia tu e che gli altri. Per intenderci è ciò che ti consente di misurare il ritorno sull'investimento.

C'è poi un altro obiettivo. Ed è l'**obiettivo latente**.

Questa è una remontada. Parte da una spinta interiore. Parte da "dentro". Parte da una voglia di riscatto che produce risultati reali "fuori" -- nel mercato in cui operi.

Questo per dire che a nessuno piace assistere ad una lenta agonia di aziende o professionisti. Nessuna persona matura gioisce per lo stato comatoso di prodotti che hanno un potenziale enorme, ma che dopo un grande exploit scompaiono dalla scena e non se ne sente più parlare.

**Prima di ogni altra cosa la remontada è un atteggiamento mentale.**



**La fase di preparazione del lancio, e quella relativa all'esecuzione del piano, sono inseparabili dall'atteggiamento mentale che supporta la tua "differenza competitiva".**

La remontada non finisce al suono di una campanella, intesa come la fine di una partita o la fine del campionato. Ma prosegue finché la tua soluzione ha ancora senso per te e per il mercato al quale ti rivolgi (vedi espansione esponenziale).

Ecco i tre elementi che garantiscono tutta la determinazione e la **perseveranza** di cui ha bisogno una remontada.

### **1) CIO' IN CUI CREDI.**

Un architetto non inizia mettendo in fila una serie di mattoni o disegnando un piano. Inizia da un'idea. *"Un'idea è la salvezza attraverso l'immaginazione"* diceva Frank Lloyd Wright.

**Le grandi opere spesso sono il risultato di una singola idea** che conduce alla soluzione attraverso l'immaginazione. Immagmano il modo in cui i diversi elementi e materiali daranno una forma al risultato finale. Ed è l'immagine dell'edificio completato a convincere, ispirare ed informare il piano che realizzeranno.

**Un Piano personale funziona allo stesso modo.** Per completare il quadro della propria remonatada suggerisco di mettere in calendario una giornata intera da dedicare solo a questo scopo.

E' fondamentale facilitare il flusso, senza interruzioni e prendere in considerazione tutti gli aspetti della propria remontada: salute, lavoro, finanze e il resto.



Otto ore sono sufficienti per avere una visione completa della proprio piano.

Altrimenti si finisce per affrontare questa esperienza con un approccio frammentato, reattivo e a casaccio.

## 2) LE TUE PRIORITA'

Qualunque sia il 'quadro delle convinzioni', qualunque sia la visione, un architetto deve comunque fare i conti con un determinato terreno e con uno specifico ambiente: la terra, la pendenza e l'ambiente circostante, per non parlare delle leggi fisiche— deve confrontarsi con i limiti.

Mario Botta diceva che *“Il primo gesto di un architetto è quello di disegnare un perimetro. Questo di per sé è un atto sacro. L'architettura di per sé trasmette questa idea di limitare lo spazio. Si tratta di un limite tra il finito e l'infinito. Da questo punto di vista, tutta l'architettura è sacra.”*

Un buon architetto trova ispirazione proprio all'interno di questi vincoli. La stessa cosa vale per noi.

Non abbiamo a che fare con una tabula rasa. Abbiamo una certa realtà intorno a noi e certi impegni già in atto. Alcuni sono essenziali per ciò che stiamo costruendo. Su altri c'è da lavorare. Altri ancora li possiamo cambiare.

**Il trucco è quello di iniziare a classificarli in ordine di importanza.** Ad esempio, quanto è importante la tua soddisfazione professionale, rispetto alla tua famiglia? O le tue finanze rispetto

alla tua salute? Realizzare ciò in cui credi vuol dire dedicare le risorse adeguate a ciascuna delle molte aree della tua vita. Se non sai dove sono i vincoli, finirai col creare un edificio sbilenco. Questa attenzione particolare affronta anche il modo in cui gli altri interagiscono con il tuo progetto di costruzione.

Determinando le tue priorità, saprai ciò che si adatta e ciò che non si adatta al tuo piano.

### 3) LE TUE AZIONI

Una volta che hai davanti il “quadro” della tua remontada, sei in grado di dare priorità e puoi definire gli obiettivi importanti e attuabili. Un piano senza una tabella di marcia è come un sogno ad occhi aperti. Dunque, quali sono i passi necessari per rispettare le tue priorità?

Spezzetta i passi scegliendo quelli su cui puoi intervenire immediatamente. Cosa serve per far spostare l’ago della bilancia verso una salute più completa, rinforzare i legami più importanti, far progredire la tua carriera e rendere più sicure le tue finanze?

Non basta fare un elenco, vanno messi in calendario.

***“L’azione è la chiave fondamentale di tutti i successi.” [Pablo Picasso]***

Compi un passo ulteriore: fai una pianificazione anticipata.

**Diciamo che vuoi fissare confini più solidi nel tuo modo di lavorare** per rinvigorire il legame con il tuo partner. Naturalmente sai che ad una certa ora puoi staccare dal lavoro. Perciò fissi



l'orario in cui tu hai scelto di staccare da tutti gli impegni professionali.

Ma è probabile che un cliente provi a fermarti proprio mentre stai per uscire dalla porta dell'ufficio e ti verrà la tentazione di ottemperare anche alla richiesta dell'ultimo momento.

Sapere in anticipo cosa dirai/farai ti potrà aiutare a superare tranquillamente la soglia dell'ufficio in perfetto orario. "Vorrei esserti d'aiuto", potresti rispondere, "ma ho un altro impegno proprio ora". Ti avvii sulla strada di casa e i mattoni della tua costruzione restano in piedi tutti al loro posto.

Ciò che conta è la nostra determinazione nel dare un seguito concreto alla nostra visione. *Frank Lloyd Wright*, l'architetto che ha ispirato un cambiamento profondo nell'architettura moderna, ha scritto:

***"Si realizzano sempre le cose in cui credi realmente; e il credere in una cosa la rende possibile."***

Vale per gli architetti. Vale per chi ha un progetto. E soprattutto vale per chi fa sul serio e vuole mettere in moto la propria remontada.

## **I TRENI PASSANO. LA DELUSIONE RESTA**

Non è vera quella storia che il treno passa una volta sola. E' vero che restiamo delusi per aver perso un treno, ma non è vero che non ci sarà più una seconda opportunità.

C'è sempre un secondo treno. Non può essere identico al precedente, ma potrebbe essere perfino migliore. Chi lo sa?



Possiamo dirlo solo se impariamo a cogliere le “seconde opportunità”.

Eppure una gran parte resta delusa dall’opportunità perduta e nemmeno pensa ad una possibile remontada.

Quando il prossimo treno si avvicinerà a te, apprezza questa nuova possibilità e sii più intenzionale e soprattutto, sii più coraggioso.

## **E IL PASSO SUCCESSIVO?**

In qualsiasi campo i risultati non dipendono dalla chiarezza della tua comunicazione, né da quanto costa quello che offri e, soprattutto, non dipendono solo da te o solo dalla tua costanza. Se vuoi superare gli ostacoli attuali, ecco cosa hanno da dire alcune delle menti più brillanti dei nostri tempi.

***Il successo delle tue attività dipende da una specifica sequenza di passi.*** Verifica la principale sequenza delle attività che facilitano le decisioni dei tuoi clienti. Più avanti vedrai che prendere alla leggera la sequenza responsabile dei risultati che puoi ottenere nei prossimi 90 giorni, non è una buona mossa. Ma prima di ogni altra cosa, fai il punto della tua situazione.

**A che punto sei del tuo percorso?** Hai un’idea, un progetto e sei solo agli inizi? Sei un giovane imprenditore e vuoi far decollare il tuo business o sei un imprenditore già vaccinato e vuoi un successo più grande? O, forse, hai già un grande successo professionale e vuoi solo orchestrare le tue iniziative affinché siano adeguate alla psicologia dei clienti di oggi.

Per chiarezza ti dico che questo sistema non fa per te se speri di riuscire ad andare avanti senza considerare ciò che ti ha già ostacolato in passato.



## **NON FUNZIONA SE...**

**Non è per te se** pensi di non farcela di fronte a qualche no e se pensi che non puoi imparare a vendere una soluzione solo perché non l'hai mai fatto prima. **Non è per te se** vuoi continuare a replicare quello che funzionava 3 o 5 anni fa e non hai interesse nel conoscere le 'prassi' che funzionano oggi. **Non è per te se** sei abituato a lavorare con un cliente per volta (online o offline) e non stai valutando l'opportunità di raggiungere un maggior numero di clienti.

**Non è per te se** sei un autore o un artista e non vuoi assumerti la responsabilità di comunicare in modo chiaro la tua "differenza competitiva" ai tuoi clienti ideali. **E non è per te se** conosci le strategie per aiutare gli altri, o se sai mettere a punto un lancio di marketing, ma non vuoi sbloccare ciò che ostacola l'esecuzione dei tuoi compiti quotidiani.

## **TI RIGUARDA...**

Se vuoi offrire una soluzione ad un problema reale, ti riguarda. Se hai un'azienda ambiziosa, o se hai un'attività commerciale, ti riguarda. Anche se sei un libero professionista o se hai una palestra, o un piccolo ristorante o un negozio, ti riguarda.

Sei nel posto giusto anche se sei un operatore olistico o se vuoi diventare un autore di best seller, come è già successo ad alcuni dei miei clienti. Ti riguarda soprattutto se cerchi un modo per restare focalizzato sulle iniziative che facilitano le decisioni dei tuoi clienti.



La via della remontada ha senso più profondo se vuoi **“creare un business intorno alla tua vita, invece di creare una vita intorno al tuo business”**.

***Questo è il modo riesci a fare in 90 giorni più di quello che altri fanno in un anno intero.***

## **GENESI DELLA REMONTADA**

Confesso che avrei voluto conoscere la sequenza della remontada quando ho iniziato. Ma non è andata così. Infatti, ho dovuto prendere prima delle gloriose cantonate e solo dopo che si sono ripetute, ho iniziato a cercare nuove soluzioni. Qui viene il bello.

La ricerca di risposte pratiche non è un percorso facile. Ci sono molti esperti in giro. La maggior parte ha competenze incredibili. Nel mio caso, però, quelle soluzioni erano parziali perché non risolvevano il mio problema a monte.

## **L'UTILITA' E IL LIMITE DEGLI STRUMENTI**

Il punto è che erano tutti esperti senza UNA vera soluzione e dunque senza UNA vera tattica fondamentale. A partire dalle web agency e i web marketer. Non offrono UNA soluzione. Non presentano UNA tattica risolutiva. E la stessa situazione si ripete con l'esperto dei social media, l'esperto nel creare campagne su fb, l'esperto nell'email marketing, Possono essere anche molto brillanti, ma anche messi tutti insieme offrono solo un insieme di strumenti.

**Non considerano la soluzione che crea una solido punto di contatto tra te e il mondo a cui vuoi appartenere.**

**L'idea che si possa partire dalla realizzazione di un sito o dal fare pubblicità su fb o puntare sulla creazione di un video che**





vende – è duro ammetterlo – può far perdere tanti soldi e finisce per confondere le idee perché sono solo strumenti. Lo so perché ho pagato di persona questo errore.

## **UNA SEQUENZA UNIVERSALE**

Finché sono successe tre cose importanti. Un bel giorno ho deciso di dare una svolta alla mia situazione andando a monte. Ho testato personalmente le singole soluzioni. Poi ho scelto UNA soluzione su cui puntare e ho messo insieme i vari pezzi del puzzle. Infine ho usato questo stesso approccio in settori molto diversi fra loro, contribuendo al successo di altri imprenditori e professionisti.

Oggi so che questa specifica sequenza di passi può far risparmiare soldi, anni di esperimenti e, soprattutto è un modo eccellente per organizzare sia la produttività che il tempo libero. Così ho potuto verificare anche che chi ambisce a diventare leader nel proprio settore deve fare i conti con queste due domande.

La domanda più importante, anche se non ha nulla a che vedere con la vendita e il marketing, può diventare un assillo per molti imprenditori.

### ***1. “Come si fa a portare a termine tutto.. ogni giorno?”***

E' una domanda cruciale e questo sistema offre una versione aggiornata alle S:

- **Sistematizza**
- **Smista agli altri e**
- **Spezzetta (in modo smart)**



La seconda domanda considera il bisogno di facilitare le decisioni dei clienti che ancora non conoscono né te, né il tuo prodotto o il servizio che offri. In questo caso la domanda suprema se la pongono i tuoi clienti:

**2. “Perché dovrei scegliere la tua azienda/prodotto/servizio, invece di rivolgermi al resto della concorrenza?”**

Questa domanda fa perdere il sonno a chiunque ha un po' di sale in zucca e la risposta merita un impegno coerente.

Ecco una previsione facile. Chi non prende sul serio questa domanda potrà anche cavarsela, ma sarà scelto dai propri clienti solo per via del prezzo più basso, o per la vicinanza logistica o per il carisma personale o perché ha la fortuna di essere l'unico fornitore in zona. Questi elementi di enorme vulnerabilità hanno una soluzione.

Perciò serve un sistema che tenga presente questa domanda.

**Cosa perderà chi non compra il tuo prodotto o servizio?**

Immagina la tua maggiore sorgente di guadagni o la tua futura fonte di soddisfazioni economiche ed emotive. Bene, ora immagina l'insieme delle cose che farai per mettere in moto per la tua remontada come una ricetta che veicola la tua soluzione e, invece di accontentarti di conoscere gli ingredienti, siediti a pianificare la sequenza che determinerà il tuo successo entro i prossimi 90 giorni. A questo punto chiediti, “*qual è la priorità di questa mia ricetta?*”

**Tanto per cominciare non è la capacità di persuasione** o l'abilità nel convincere gli altri. Lo dico contro i miei interessi perché negli scorsi 25 anni ho condotto corsi di “Comunicazione Persuasiva” per



conto del Ministero del Tesoro, per colossi bancari e per gli avvocati dell'Agenzia delle Entrate.

L'abilità nel persuadere per vendere, convincere, etc. non è il primo ingrediente della tua ricetta.

## **HAI UN OFFERTA SUPERIORE AI TUOI CONCORRENTI?**

Ottimo. Comunque né la chiarezza del tuo messaggio, né l'irresistibilità della tua offerta dovrebbero avere la precedenza. Infatti, anche se una dozzina di anni fa avevo già ricevuto incarichi di docenza da alcune delle più grandi aziende nazionali, quando ho scelto di proporre i miei servizi anche ad un pubblico più ampio, ho verificato che avevo ancora molto da imparare sul vero funzionamento di un'offerta veramente irresistibile.

Ho imparato sulla mia pelle che il successo di un'offerta, non dipende dalla chiarezza del messaggio. Queste esperienze mi sono servite per collaudare la stessa ricetta che sto per presentarti e che ormai viene replicata da anni con risultati eccellenti dai miei clienti.

**Nota bene:** Se non hai un'offerta irresistibile, questa ricetta è perfetta per te. E il primo passo è questo..

### **1° ELEMENTO: PARTI DAL TUO MONDO (poi viene il resto..)**

A fare la differenza sul piano dei risultati – soprattutto oggi -- non è la parlantina o la faccia tosta. A fare una grande differenza è il *“Mondo al quale vuoi appartenere”*. Sono le persone.



Dunque, è il tuo Mercato a determinare il tuo successo. Questo è importante perché la ricetta che segue riguarda meno quello che fai tu – le tue idee, prodotti, servizi, etc. -- e si concentra in modo molto più genuino su chi ne beneficerà.

## **LE PRESTAZIONI SEGUONO UN PERCOSO PRECISO**

Ad un certo punto ci sono solo cose da fare. Sono tre livelli di prestazioni che considerano il Mercato, il Messaggio e i Media. Parti dal **Mercato giusto per la tua soluzione**, poi passi al **Messaggio** che valorizza la tua soluzione ed, infine, fai leva sui **Media** più adatti.

Come sai l'uso dei social, google, video, articoli, post, podcast, etc (Media.) e la creazione dei vari livelli d'influenza della tua offerta (il Messaggio) hanno dei costi, sia in termini di tempo che di soldi. Ma è dal tuo Mercato che arrivano le vere soddisfazioni economiche per te. Si capisce perché è necessario partire da ciò che può darti le maggiori soddisfazioni economiche?

Bene, dunque, parti dal riconoscere il problema più grande del tuo mercato.

## **2° ELEMENTO: SEMINA QUELLO CHE VUOI RACCOGLIERE..**

**Quali tattiche pre-suasive anticipano e preparano il terreno alla tua soluzione?**

Le tattiche pre-suasive sono un numero selezionato di operazioni da compiere prima d'inviare un messaggio. Così le persone che ricevono il tuo messaggio sono più ricettive. Non si tratta degli



strumenti tipici della comunicazione persuasiva. Ma di tattiche che aumentano l'apertura nei confronti di un'idea, prodotto, servizio, etc.

**In termini semplici si tratta di facilitare le decisioni dei tuoi clienti attraverso la creazione di “momenti privilegiati” studiati appositamente per il Mercato, il Messaggio e i Media che facilitano le decisioni dei tuoi clienti.**

Bene, a questo punto del percorso, sai cosa potrebbero perdere le persone se non acquistano il tuo prodotto o servizio.

### **3° ELEMENTO: UNA RICETTA NON CAMBIA IL DESTINO DI UNO CHEF.**

Questo è l'aspetto più sottovalutato nei corsi per imprenditori. In sintesi: *“il bello di una ricetta non è nella sua bontà”*.

Ecco cosa intendo. Sfoglia una qualsiasi pagina di Facebook. Nel giro di poche ore ti appariranno ricette gastronomiche di ogni tipo. Una più gustosa dell'altra. Bene, diciamo che ne scegli una e decidi di realizzarla proprio oggi. Ora hai 3 opzioni:

- 1) Hai già tutti gli ingredienti necessari,
- 2) Ti manca qualcosa, ma pensi di poterla sostituire con la tua creatività e
- 3) Non hai tutto quel che serve dunque esci e vai a prendere gli ingredienti che non hai in casa.

Resta il fatto che la ricetta di cui stiamo parlando non riguarda la creazione di un piatto speciale. Riguarda la manutenzione della tua cucina. Ad esempio, ingredienti come la perseveranza o la grinta, non si acquistano nei negozi. Ma è necessario che questi



ingredienti facciano parte della ricetta. Perciò nella Via della Remontada non diciamo: “Voilà, *questa è la ricetta, questa è la sequenza*” e chi è si è visto si è visto.

La ricetta ha bisogno di essere realizzata e durante la realizzazione possono esserci degli ostacoli che si scontrano con la realtà dello Chef.

Perciò questa ricetta mette in primo piano le più recenti scoperte delle neuroscienze e rende disponibili gli strumenti per superare gli ostacoli che uno Chef può incontrare nella sua cucina.

Questo è importante perché a te non interessa se milioni di persone eseguono una certa ricetta alla perfezione. A te interessa:

- **avere controllo delle iniziative** che fanno funzionare la tua cucina In modo che tu possa
- **facilitare le decisioni dei tuoi clienti.**

Queste due cose non sono affatto facili perché gli elementi da orchestrare sono tanti e la psicologia dei clienti sembra senza regole.

#### **4° ELEMENTO: LA QUARTA M (*quella che muove anche i sassi..* )**

Solitamente tutti capiscono come funziona una ricetta. Il punto è l'esecuzione. E, per essere più precisi, il punto è aiutare i tuoi clienti a riconoscere il valore della Soluzione che offri in modo che continuino a bussare alla tua porta sistematicamente.

Il successo di quello che fai dipende dalla psicologia della tua leadership.



## LA QUARTA M E' IL MINDSET

Il Mindset è ciò che facilita l'esecuzione di ogni ricetta.

Detto fra noi il Mindset dello Chef non è una pagliuzza. E' la trave. Anzi, è l'architrave. Infatti, ogni possibile "tormentone di un imprenditore", trova le migliori risposte nella mentalità dello Chef.

### **Il mindset è la predisposizione mentale dello Chef.**

E' l'atteggiamento con cui tu gestisci la tua cucina. E' il tuo modo di orchestrare i risultati. E' il tuo modo di affrontare i problemi. E' il tuo modo di creare opportunità. E' la certezza che la tua missione ha più valore di ogni ostacolo sul cammino.

La Via della Remontada fornisce le indicazioni per la manutenzione della cucina in modo da potenziare la capacità di esecuzione dello Chef.

O, in altri termini, **mette in moto leader e aziende con un sistema che favorisce l'esecuzione delle iniziative che facilitano le decisioni dei loro clienti.**

Bene, siamo ai saluti finali. Ma prima di ringraziarti per aver letto fin qui e prima di farti i miei migliori auguri, lasciarmi condividere la **strana formula** che permette di fare in 90 giorni quello che altri fanno in un anno intero.

E' una formula antica, ma conserva il potere di far accedere ad un tesoro perfino più ricco di quello narrato nelle "Mille e una Notte".



## **SESAM: APRITI**

Personalmente non credo alle formule da strapazzo, ma se proprio devi usare una formula per creare una vera Soluzione Domino, che almeno sia magica. Queste indicazioni hanno più potere di quanto si possa immaginare.

Ecco i 5 passi del S.E.S.A.M.

**1. Situazione** – Qual è la situazione emotiva di quel segmento di Mercato che riceverà la tua soluzione?

**2. Esposizione** -- A quali messaggi e soluzioni è già esposto quel Mercato?

**3. Soluzione Domino** – Qual è la soluzione che muove il resto delle tessere del tuo funnel?

**4. Argomento** – Quale argomentazione pre—suasiva ha il potenziale più alto di far apprezzare la tua offerta?

**5. Macro-Triggers** – Quali grilletti comportamentali facilitano la decisione d'acquisto?

Ed eccoci all'atto finale. Questa formula è potente, ma se c'è una cosa che fin qui ho sottolineato abbastanza è che la Via della Remontada è un sistema di gestione delle prestazioni.

Questo vuol dire che tattiche, strategie e formule, hanno bisogno di essere messe in atto. E' necessario un sistema per l'esecuzione affinché tutto possa fluire nonostante gli ostacoli che prevedibilmente si presenteranno. C'è chi non ama parlarne, ma la verità è che gli ostacoli non scompaiono perché non se ne parla. Ecco cosa favorisce l'esecuzione concreta del tuo piano.





## **META-FOCUS: GRANDANGOLO E ZOOM**

La nostra mente non riesce a concepire facilmente gli obiettivi a lungo termine. Preferisce una bella torta al cioccolato, o qualsiasi altra delizia dei sensi che offre una gratificazione istantanea.

Fai questo esperimento. Senza fermarti troppo sui dettagli fai queste due operazioni: 1) fermati a definire cosa vuoi realizzare nei prossimi tre anni e 2) stabilisci il tuo obiettivo relativo ai prossimi 12 mesi.

A questo punto sposta il tuo focus sulle prossime 12 settimane e adesso entra per bene nei dettagli. O, in altre parole..

Immagina un anno intero come una foresta. Ora metti a fuoco la prima parte della foresta, quella più vicina a te. Dunque concentrati sui prossimi tre mesi e collega i tuoi obiettivi a lungo termine con quelli a breve.

Come vedi, ora hai una visione d'insieme della foresta, ma sai spostare il focus della tua attenzione su un piano che ti aiuta ad assumere il controllo dei prossimi tre mesi. Perciò lo chiamo meta-focus perché ti permette di vedere l'insieme della foresta, mentre riesci a zoomare sulle foglie di un singolo albero.

E adesso viene la parte più interessante.

## **MATRIOSKA**

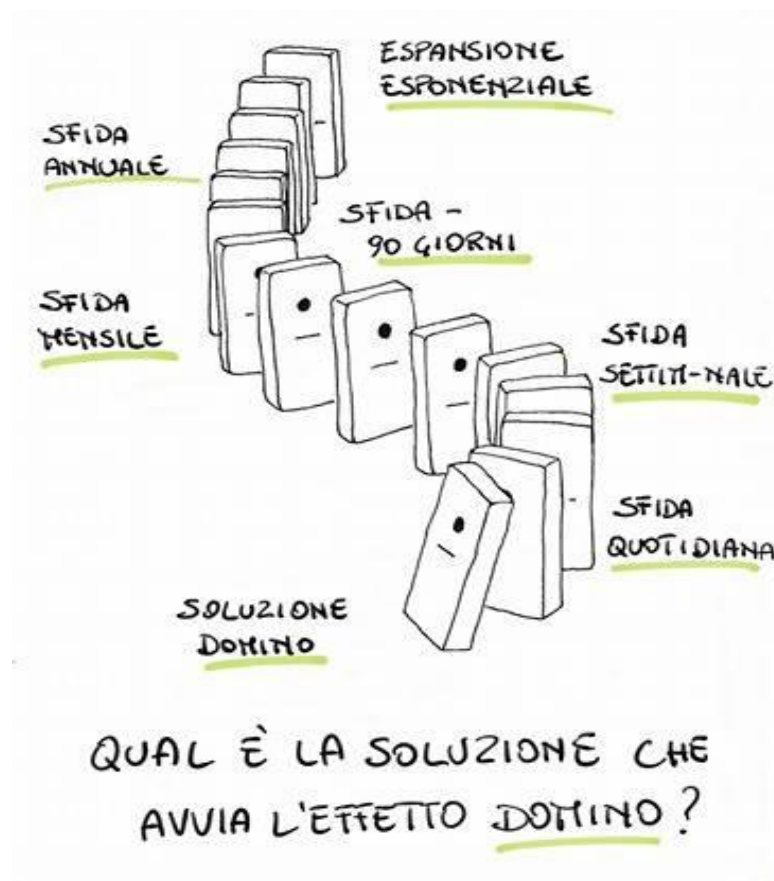
Hai mai visto le bamboline russe? Bene, questo approccio all'esecuzione del tuo piano, funziona proprio come le Matrioska.



Definisci con cura l'obiettivo dei prossimi 90 giorni e spezzetta i tre mesi della tua remontada in 12 settimane. In questo modo crei cicli di 12 settimane che s'inseriscono nel ciclo dei primi 90 giorni della tua remontada.

**Risultato: Ogni settimana equivale ad un mese dell'anno.**

Questo vuol dire che dovrai distribuire i tuoi obiettivi in ciascuna settimana. In particolare: ogni settimana sarà focalizzata su compiti molto specifici. L'esecuzione reale dei compiti della prima settimana lascerà cadere la tessera che renderà facile **l'esecuzione dei compiti** della settimana successiva e così via dicendo.



**Come vedi questo non è un metodo per gestire il tempo e/o gli obiettivi. E' un sistema di gestione delle prestazioni.**

La ragione per cui questo sistema funziona è che crea un senso di urgenza ed allarme nel presente collegato ad una prospettiva più ampia. In questo modo l'urgenza e la prospettiva motivano all'esecuzione nel presente. Così favorisce due fattori essenziali.

## **PERSEVERANZA E FOCUS**

Secondo l'Haward Business School sette aziende su otto falliscono miseramente nella crescita dei loro profitti. La cosa interessante è che falliscono nonostante abbiano un piano strategico dettagliato. Un punto debole dei piani, così come vengono concepiti, è che non includono fattori umani come la perseveranza, determinazione, etc.

Lo stesso discorso si può fare per i venditori. Oltre il 65% dei venditori professionisti si blocca al primo "NO!". Non persistono.

D'altra parte circa il 90% degli impiegati non comprende le strategie della propria azienda. Segno evidente dell'assenza di focus che, se non viene riconosciuto all'interno dell'azienda, figuriamoci dai clienti.

**Questa è un'epoca di grandi cambiamenti e di sicuro il 60% dei lavori che esistono oggi scompariranno entro i prossimi 20 anni.** I processi di automatizzazione ruberanno milioni di posti di lavoro. Questo per dire che vincerà chi ha qualità profondamente umane come il focus e la perseveranza.

E perseverare sulla via della remontada è possibile solo se si ha un sistema di gestione delle prestazioni basato sull'esecuzione. Dunque per far funzionare tutto bisogna affrontare il presente.



**Infatti, la prima sfida (a brevissimo termine) consiste nel concentrare in una settimana quello che gli altri fanno in mese.**

**Scopo della Remontada è l'Espansione Esponenziale.**

## **ESPANSIONE ESPONENZIALE**

Come puoi intuire chi punta ad una remontada non lo fa per ottenere un incremento del 10% o del 50%. I risultati legati ad un incremento non hanno il potere di trasformare davvero le cose.

Perciò se ti concentri su quello che DEVI fare oggi..

...e questo senso di urgenza è intimamente collegato ad una prospettiva che genera una ESPANSIONE – e non un incremento del 10%..

Già in un primo ciclo di 90 giorni puoi far crescere -- in modo ESPONENZIALE -- il riconoscimento sociale ed economico per poi aggiustare il tiro delle tue iniziative nei restanti cicli di 90 giorni.

Così, in una cornice temporale di almeno tre anni, potrai puntare concretamente a triplicare, quintuplicare e decuplicare il tuo impatto e i tuoi guadagni.

## **TIC, TAC, TIC, TAC..**

Sincronizza il tuo orologio. Che ore sono adesso?

E' l'ora di una remontada.

Guarda il tuo calendario. Che giorno è oggi?



**SPIRITO D'INIZIATIVA**  
Arte e Scienza delle Prestazioni Superiori

E' il giorno della tua remontada.

Anche se pensi di non avere tutto quello che ti serve..

Anche se in questo momento, la situazione non è la migliore che puoi immaginare o se non ti sembra perfetta per iniziare..

E anche se il tuo obiettivo non è completamente definito..

Non rimandare la decisione.

**Tic, tac, tic, tac...**

Se ora prendi la decisione di mettere in moto un piccolo primo passo per "far succedere le cose", questo diventa il giorno in cui hai deciso la tua remontada.

Dunque prendi la tua decisione adesso.

E se non ti sembra facile prendere una decisione ora..

**CONSIDERA CHE..**

**1. La procrastinazione intorpidisce le buone intenzioni.** Un segno rivelatore viene dal fatto che forse stai mettendo troppo sforzo nella preparazione di quello che vuoi realizzare e/o stai investendo troppo nel desiderio di essere completamente pronto.



**SPIRITO D'INIZIATIVA**  
Arte e Scienza delle Prestazioni Superiori

Pensi che tutto debba essere perfetto. Risultato: Tanta preparazione e niente azione.

**2. Nessuno è mai completamente pronto.** Anche ai livelli più alti gli imprenditori o i professionisti non aspettano mai di diventare pronti. Prendono la decisione di andare avanti, perché sanno che è necessario sentirsi pronti ad andare avanti e prendono l'iniziativa.

**3. Le persone rimandano sperando che si sentiranno più sicure quando saranno più preparate.** Ma la sicurezza cresce dopo che hai preso la decisione di mettere in moto l'iniziativa che ti sta a cuore. Quindi aspettare di diventare sicuri è il modo migliore per non essere mai pronti.

**4. Se ti chiedi, "Sono pronto?"** Il 99% delle volte sei pronto. Sei pronto a compiere quel primo passo o a prendere una decisione. Sei pronto a dare una forma a quello che hai in mente.

**5. Prendere un impegno richiede coraggio.** A quanto pare il coraggio è una risorsa d'altri tempi. Perché? Perché il coraggio crea un po' di disagio e mai come in quest'epoca le persone preferiscono qualche falsa sicurezza. Perciò evitano di esporsi. Resta il fatto che il coraggio è necessario per uscire dalla propria "zona di comfort". E' il prezzo da pagare per inventare un futuro di successo. Vuoi farlo o no questo passo decisivo?

**6. Tutto può essere risolto.** Se vedi la tua destinazione finale o se credi che tutto quello che hai fatto fino ad oggi ti ha aiutato a riconoscere ciò che conta per te, fa appello al coraggio necessario e trova il modo di prendere e mantenere i tuoi impegni. Questa è la "verità elementare", di cui parla Goethe, e *"la cui ignoranza uccide innumerevoli idee e splendidi piani: nel momento in cui uno si impegna a fondo, anche la provvidenza allora si muove. Qualunque*



*cosa tu possa fare, o sognare di poter fare, incominciala. L'audacia ha in sè genio, potere, magia. Incomincia adesso.”*

**7. Condividi il tuo impegno con le persone direttamente coinvolte.** E' un grande incentivo ad andare avanti. Dunque assicurati di condividere il tuo impegno con qualcuno che conosce e supporta la tua decisione e la tua iniziativa. Paulo Coelho fornisce una spiegazione semplice e profonda sul valore emotivo della condivisione *“L'amore non sta nell'altro, ma dentro noi stessi. Siamo noi che lo risvegliamo. Ma, perché questo accada, abbiamo bisogno dell'altro. L'Universo ha senso solo quando abbiamo qualcuno con cui condividere le nostre emozioni.”*

**8. Infine, ricorda questa sequenza emotiva.**

- a) **Il coraggio** ti aiuta a prendere e sostenere un impegno,
- b) **l'impegno** ti aiuta a sviluppare le capacità necessarie e
- c) **le capacità ti** aiutano a sentirti più sicuro. La sicurezza, per sua natura, non è definitiva, ma ormai hai una consapevolezza emotiva più completa di questo ciclo. Ecco perché a questo punto..
- d) hai un livello superiore di **sicurezza** che ti aiuta a prendere nuove iniziative.

**Questa sensazione di certezza ti aiuterà** a restare sulla via della remontada e ti permetterà di trovare il coraggio necessario per affrontare anche le iniziative successive.

Come si vede non serve la sfera di cristallo.



## **NON PUOI PREVEDERE IL FUTURO..**

Di fronte ad un futuro sconosciuto è importante

**1) sbloccare il proprio potenziale** imparando a riconoscere ciò che vuoi davvero,

**2) allontanarsi dal pensiero lineare** e avvicinarsi un passo alla volta alla realizzazione dei propri obiettivi e

**3) valutare il passo appena compiuto** in modo da trovare la propria voce.

**In sintesi: Iniziativa. Apprendimento. Creatività. Ripeti.**

La sostanza è che se non sei un futurologo non c'è modo di prevedere il futuro.

## **..MA LO PUOI INVENTARE!**

Tempo fa un mio amico mi ha ricordato un proverbio del nord Europa che dice 'a cosa serve correre se non sei sulla strada giusta?'

In fondo sappiamo tutti che la vita è in gran parte un viaggio di esplorazione. Il modo migliore per proseguire il viaggio è scegliere per noi stessi un ruolo di partecipante attivo.

Non si è mai troppo vecchi per avere un altro obiettivo o per sognare un nuovo sogno. Non è mai troppo tardi per partecipare alla propria rinascita.



**SPIRITO D'INIZIATIVA**  
Arte e Scienza delle Prestazioni Superiori



## LA REMONTADA CONTINUA..

Anche se l'approccio e i principi che ho presentato in questo breve estratto da "La Via della Remontada" sono etici e pratici, buona parte del materiale fornisce un approccio radicalmente nuovo ed originale e, in molti casi, non tradizionale.

Quest'impostazione richiede meno capitale da investire e meno sforzi della maggior parte delle tecniche di marketing tradizionale. Ma questo sistema va applicato – e in modo appropriato. Incorpora con determinazione questo approccio e adattalo alla tua situazione perché la tua esecuzione ed implementazione è il modo migliore per favorire la tua remontada.

## FAI IN 90 GIORNI PIU' DI QUELLO CHE GLI ALTRI FANNO IN UN ANNO

Come, forse, puoi intuire mi entusiasma la possibilità che tante altre persone possano ottenere risultati formidabili applicando questo sistema. E anche se il modo migliore per garantire questi risultati, mi porta a lavorare solo con un numero molto ristretto di clienti, non vuol dire che questo sistema debba restare per pochi.

E' vero che, soprattutto con chi punta ad una espansione esponenziale, si lavora spalla a spalla e le risorse mentali, fisiche ed economiche vanno gestite con coraggio e lungimiranza. Ma è altrettanto vero che non c'è ragione per cui questo approccio debba restare segreto. Perciò trovo molto utile la possibilità di approfondire la conversazione all'interno del **gruppo** che nelle prossime settimane sarà attivo su facebook.

Continuiamo la conversazione nel **MASTER FOCUS Club?**



**SPIRITO D'INIZIATIVA**  
Arte e Scienza delle Prestazioni Superiori

## LA CONVERSAZIONE INIZIA..

Per quelli che ci mettono l'Anima,  
e vogliono essere parte della soluzione.  
Per gli imprenditori che s'impegnano  
E vogliono cambiare le regole del gioco  
esercitando un'influenza positiva sugli altri.

Per chi vuole elevare dalla mischia  
quello che ha da offrire,  
imparare le basi del  
Master Focus  
è il punto di partenza.

In questo gruppo potrai esplorare  
I segreti più profondi  
Dei bisogni umani  
E come maneggiare  
Tattiche e strategie che  
Influenzano con integrità.

Sarai fiero di usare  
Questo sistema  
e ti sentirai perfino meglio  
nel vedere i risultati nella vita  
delle persone che bussano alla tua porta. .  
Oh, e sarai anche  
adeguatamente ricompensato :)



Clicca QUI <http://bit.ly/2oDVSGU>

