



LE 10 REGOLE D'ORO DEL CAMBIAMENTO

Premessa

Il cambiamento è una materia che per molto, forse troppo, tempo è stata oggetto delle attenzioni prima di filosofi e poi di psicologi per poi diventare di grande interesse del mondo manageriale. Il cambiamento è entrato in azienda verso la fine degli anni '90, periodi in cui hanno imperversato nelle imprese di tutto il mondo iniziative di Change Management ovvero progetti di miglioramento della qualità del prodotto e della soddisfazione del cliente. In realtà, molto spesso, si trattava di operazioni di riduzione del personale e/o riduzione dei costi piuttosto che progetti di miglioramento dei processi aziendali. Più recentemente il cambiamento è diventato oggetto di interesse di chi si occupa di Leadership e di sviluppo personale, ma sempre in modo piuttosto "superficiale" e slegato dalla pratica aziendale. Questo è quanto accaduto, soprattutto, nel mondo occidentale, perché la cultura orientale è permeata da questo concetto da migliaia di anni e continua ancor oggi a coglierne i benefici. Grazie all'approccio orientale è possibile analizzare nella loro essenza i meccanismi di funzionamento del cambiamento e imparare ad affrontarne il principale nemico : la paura... di cambiare.

Siccome la corretta comprensione e accettazione del cambiamento porta benefici non solo a livello personale ma anche a livello economico e aziendale, credo che se esiste un concetto e un ragionamento che possiamo "copiare" alla cultura orientale è proprio quello di cambiamento. Con questo obiettivo ho realizzato questo lavoro individuando 10 regole d'oro per raccontare un argomento così importante per la nostra vita e per "dimostrare" quanto marketing e cambiamento siano intimamente legati tra loro.

Prima regola d'oro

L'approccio orientale alla cultura del cambiamento è espresso dal Taiji, il famosissimo logo che rappresenta Yin e Yang. Quest'immagine racchiude tutti i principali significati che permettono di cogliere sensibili differenze tra la filosofia cinese e la cultura occidentale. In particolar modo il Tao ci fa percepire l'esistenza di un equilibrio dinamico, perfettamente coerente con quello che è la realtà fisica e spirituale. Noi occidentali possiamo prendere parecchi spunti utili comprendendo meglio questo tipo di approccio. Come prima regola d'oro del cambiamento possiamo utilizzare una frase del Buddha: "Il cambiamento è l'unica certezza della nostra vita".

Seconda regola d'oro

Esiste una formula concettuale del cambiamento, che racchiude tanto i suoi elementi positivi (ovvero le forze che lo sostengono e lo alimentano), quanto gli elementi che al cambiamento si oppongono. E' facile intuire che, alla fine, le forze, positive e negative, sono sempre le stesse ma volte in direzione contraria. Le quattro variabili del cambiamento sono quindi: azione, pensiero, relazione e comunicazione. Azione/Pensiero e Comunicazione/Relazione formano due dualismi che, se intesi all'orientale, permettono da una parte di comprendere al meglio il significato di cambiamento e dall'altra di darci molti spunti per gestirlo al meglio. La seconda regola d'oro è anche la sua formula: "Il cambiamento dipende da due coppie di forze azione/pensiero e relazione/comunicazione e dalle relative resistenze che si oppongono al cambiamento stesso"

Terza regola d'oro

Il pensiero precede l'azione, ma l'azione è l'unica vera testimonianza tangibile di un cambiamento. Come in ogni dualismo che si rispetti pensiero e azione "vivono" di complementarità e compartecipazione. Se si agisce senza pensare o se si pensa senza agire, chiaramente sarà complicato ottenere risultati positivi in merito al proprio cambiamento. Sulla base di quanto detto, la terza regola d'oro è: "Il dualismo pensiero-azione è quello che ha effetti più diretti sul cambiamento sia come manifestazione che come predisposizione"

Quarta regola d'oro

Volendo sfruttare le forze positive di Azione e Pensiero, dobbiamo capire che tipo di equilibrio hanno in noi e come poterne alimentare il loro equilibrio dinamico. Dobbiamo capire quali stati di pensiero favoriscono il nostro modo di agire e comportamenti o attività che sviluppano la nostra creatività. Per ognuno di noi questi stati sono soggettivi e vanno alimentati personalmente. Pertanto la quarta regola d'oro è: "Cerca di capire quali sono le azioni che favoriscono il cambiamento dei tuoi pensieri e quali sono i pensieri che influiscono sul cambiamento delle tue azioni"

Quinta regola d'oro

Cambiamo facendo cose diverse ma la principale resistenza all'agire e al pensare è proprio la "pigrizia". L'uomo è un animale pigro e, per natura, ricerca la conservazione dell'energia più che la fatica. Dal punto di vista del pensiero la "pigrizia" mentale è un meccanismo strettamente legato ai nostri meccanismi decisionali e alla nostra percezione. La PNL dice: "La mappa non è il territorio" ovvero la nostra necessità di approssimare la realtà è fondamentale per orientarci nel nostro mondo ma può diventare controproducente se ci appoggiamo ad essa per pigrizia o perché ci dimentichiamo che quella mappa in parte l'abbiamo ereditata o ci è stata inculcata da altri. Per "riscrivere" quella mappa dobbiamo lottare con la pigrizia. La sesta regola d'oro è la seguente: "Accetta la fatica dell'agire e, soprattutto, la fatica del vedere la realtà per come è e non per come la immagini"

Sesta regola d'oro

Il secondo dualismo è Relazione e Comunicazione. Questo è il dualismo esogeno perché prende in considerazione forze che si rivolgono all'esterno o sono prevalentemente esterne a noi. Le nostre capacità comunicative riguardano noi stessi, ma sono il mezzo per favorire la creazione e l'approfondimento di relazioni con altre persone. Gran parte dei nostri cambiamenti poi sono determinati dalle persone che incontriamo nella nostra vita, per questo la sesta regola d'oro è la seguente: "Il dualismo relazione-comunicazione è quello che ha effetti indiretti ma importantissimi sul tuo cambiamento."

Settima regola d'oro

Per sfruttare al massimo il dualismo Comunicazione-Relazione bisogna innanzitutto mettersi in gioco e accettare il confronto. Comunicare meglio significa avere maggiori possibilità di relazionarsi meglio con le persone che, a loro volta, ci costringono a migliorare le nostre capacità comunicative. La settima regola d'oro è: "Cerca di capire quali sono le relazioni che favoriscono il cambiamento del tuo modo di comunicare e quali sono le modalità comunicative che ti permettono di migliorare e favorire le tue relazioni."

Ottava regola d'oro

Se il mezzo per far funzionare questo dualismo è il confronto sia da un punto di vista comunicativo che da un punto di vista relazionale, la maggior resistenza alla dicotomia è la presunzione, che costituisce una vera e propria trappola mentale. L'ottava regola d'oro ci dice

pertanto che: “La presunzione nel comunicare limita la tua possibilità di farti capire, la presunzione personale limita le tue capacità di relazionarti con gli altri e, quindi, di migliorare te stesso”.

Nona regola d'oro

Un filo conduttore che lega gran parte delle resistenze al cambiamento ha un nome ben preciso: la paura. L'atteggiamento nei confronti della paura e delle sconfitte fa la differenza tra chi riesce a perseguire i propri obiettivi e chi, invece, non ci riesce. Della paura, in realtà, abbiamo bisogno per cambiare in modo più consapevole e per accettare con intelligenza gli ostacoli che si frappongono tra noi e i nostri traguardi. La nona regola d'oro, quindi, è la seguente: “Per fare il primo passo almeno per un attimo devi perdere l'equilibrio. Accetta la paura (di cambiare) perché senza quella non faresti assolutamente nulla.”

Decima regola d'oro

Se marketing significa letteralmente “stare sul mercato” evidentemente si riferisce ad una dinamica decisionale in un contesto che muta continuamente. Per questo Marketing e cambiamento hanno molte cose in comune, anzi, condividono le stesse identiche forze che si combinano in dualismi proprio come visto nelle regole precedenti. Le quattro forze del cambiamento infatti corrispondono alle quattro leve più importanti del marketing: Prezzi, Prodotti, Pubblicità e Persone. Per capire e gestire al meglio il proprio marketing è necessario dapprima capire il funzionamento del cambiamento. Concludiamo così con la decima regola d'oro: “Marketing e Cambiamento condividono le stesse identiche forze.”

Questi sono i dieci capitoli che ho sviluppato nell'audiolibro "Le dieci regole d'oro del cambiamento" e nell'eBook corrispondente. Ci tengo a dire che l'eBook è stato aggiornato rispetto all'audiolibro e contiene (visto che è possibile) i grafici che illustro "a parole" nella versione audio.

Altri articoli e contenuti su

<https://itunes.apple.com/it/app/roberto-tiby/id787130865?mt=8&uo=4>