

# Il chi è della tua azienda

---

## Storia

*“Il pubblico può criticare il tuo prodotto. Può contestare i dati della tua azienda. Ma non può negare la tua storia.”*

[Ann Clark]

Ogni azienda ha una sua storia, ed è proprio per questo che **è importante descriverla e presentarla ai clienti**, in quanto è uno dei principali modi per *differenziarci* da tutti gli altri concorrenti. Questo, spesso, viene visto come un grande strumento di marketing, capace di *emozionare* chi legge, e di ridurre la distanza tra l'azienda e il cliente. Inoltre, come ampiamente dimostrato, i dati vengono registrati, mentre le storie ricordate, in quanto uniche. Il racconto dovrebbe includere, in modo chiaro e sincero, quali sono stati **gli sforzi e i traguardi raggiunti**, anche aiutandosi con fotografie o video che rievocano i momenti passati, in modo tale da cercare di trasmettere i valori e i principi che sono alla base dell'azienda.

## Organizzazione

Per trasmettere un quadro generale di dove l'azienda è posizionata oggi, oltre alla storia, è opportuno presentare **l'attuale organizzazione**. Tramite l'analisi di questo aspetto, è possibile comprendere le dinamiche e le procedure che guidano l'operato aziendale.

Un principio fondamentale, in tema di organizzazione, è quello della definizione di una struttura che risulti congruente con le esigenze strategiche dell'impresa. Sarà compito di colui che gestisce l'azienda l'analisi di tutte le singole operazioni elementari, in modo tale da creare posizioni che svolgano in maniera efficiente il proprio lavoro. Infine, è necessario **sviluppare l'organigramma aziendale**, tale da definire i diversi livelli di responsabilità ed ottenere una più precisa divisione del lavoro. Ovviamente, la struttura aziendale dipenderà dall'ambiente in cui opera un'impresa, dalla sua dimensione e dal portafoglio prodotti/mercato che detiene.

## Risorse

**Con il termine risorse ci si riferisce a qualsiasi bene tangibile, intangibile e umano che l'impresa ha a disposizione per svolgere la propria attività.** Partire dal loro studio, è fondamentale per capire come impiegarle al meglio all'interno dell'organizzazione.

Le risorse possono essere classificate in tre categorie:

- **TANGIBILI:** qualcosa che l'impresa ha fisicamente a sua disposizione; possono essere soggette a svalutazione e individuabili dai concorrenti;
- **INTANGIBILI:** sono tutte quelle risorse meno facilmente individuabili dai concorrenti, non essendo fisiche, sulle quali si può costruire un più forte e sostenibile vantaggio competitivo; in questo caso più vengono usate e più assumono valore (es. marchio, brevetti, opere d'ingegno);
- **UMANE:** queste risorse devono essere analizzate sotto un duplice aspetto, cioè il numero di dipendenti e le conoscenze che ognuno di loro possiede.

Infine, è utile identificare, se possibile, **il valore di una risorsa**, che dipende principalmente da tre fattori: la **scarsità** (meno se ne trova e maggiore è il suo valore), la **replicabilità** (quanto quella risorsa è difendibile da attacchi della concorrenza) e la **rilevanza** della stessa per il business dell'azienda. In conclusione, una risorsa avrà un valore massimo nel momento in cui è inimitabile, insostituibile e non trasferibile.

## Risultati

Una volta definiti gli obiettivi aziendali, analizzate le risorse disponibili e implementate le strategie necessarie per raggiungerli, si passa alla **fase di valutazione e monitoraggio dell'impatto che quelle decisioni hanno avuto sul mercato.**

La performance di un'impresa, cioè i risultati ottenuti, possono riguardare numerosissimi aspetti e devono sempre essere comparati con gli obiettivi di partenza: aumento delle vendite o del fatturato, incremento dell'immagine e valore dell'azienda, diminuzione dei costi..

Di norma, questa valutazione viene effettuata periodicamente, a discrezione del manager, tramite un meccanismo di feedback, che deve avvenire più frequentemente possibile, in modo tale da poter modificare tempestivamente la strategia nel momento in cui si ottiene un risultato non soddisfacente.

Il circuito di apprendimento, può essere così raffigurato:

