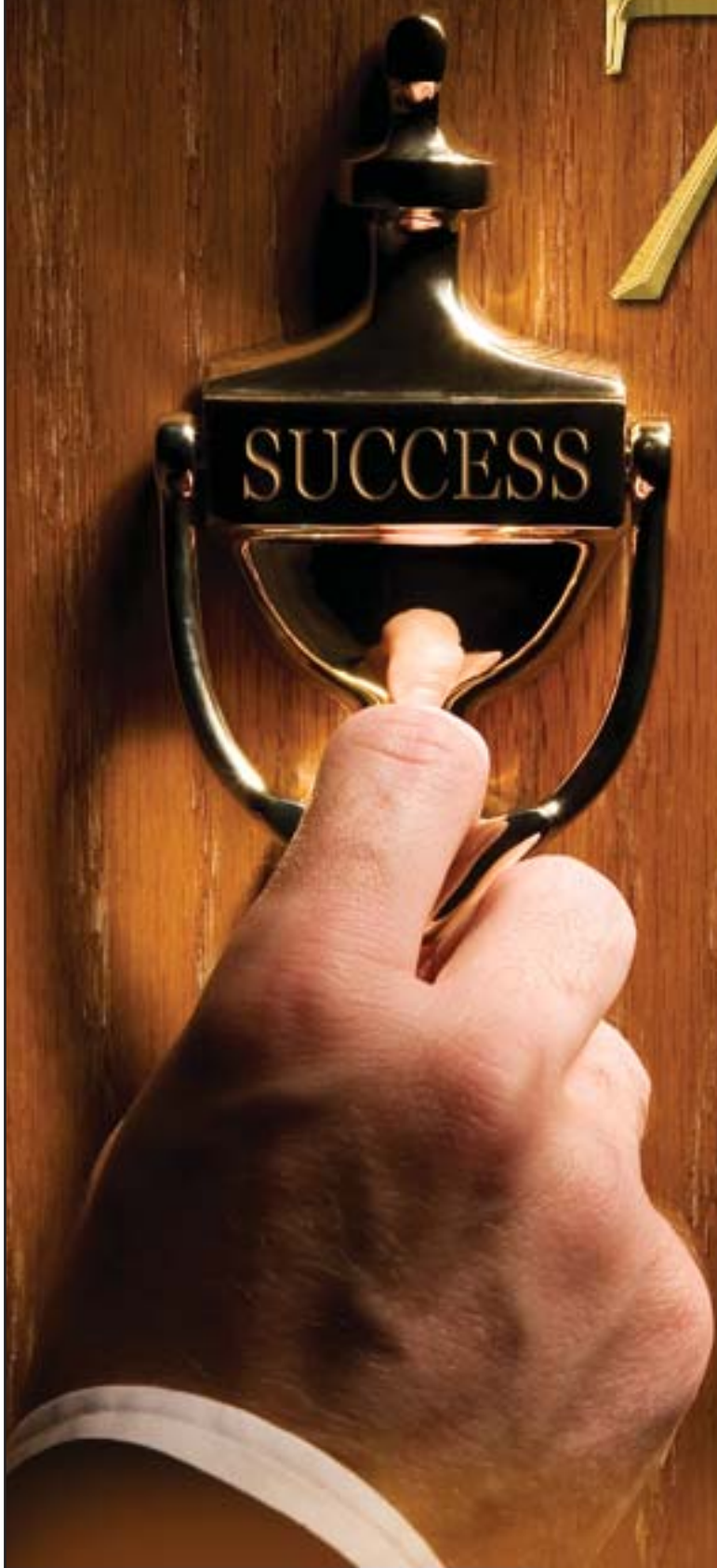


E-book

 HI-PERFORMANCE®
Il nuovo modo di fare formazione

7

mosse
PER RENDERE
VINCENTE
IL TUO
BUSINESS




BRIAN TRACY

BRIAN TRACY 7 MOSSE PER RENDERE VINCENTE IL TUO BUSINESS

Dall'autore del best seller "Abitudini da un milione di dollari",
le strategie ed i consigli pratici indispensabili per avere successo
nel mondo degli affari

HI-PERFORMANCE
Distributore in esclusiva Brian Tracy - Italia

- 
- E-book realizzato per gentile concessione di www.briantracy.com
 - Traduzione dall'inglese, adattamento e realizzazione grafica a cura di Stefania Baldassarri stefania.baldassarri@gmail.com
 - Hi-Performance è un marchio registrato Top Training s.a.s. - SEDE LEGALE: via Paolo Emilio, 7 – 00192 Roma
Tel. 06/36005152 - Fax 06/36000752 - E-mail: info@hiperformance.it - www.hiperformance.it
 - © Tutti i diritti dell'Autore riservati - Riproduzione vietata in qualsiasi forma.

Scopri come attrarre ricchezza e successo con il video di Brian Tracy.
Visita il sito www.hiperformance.it/briantracy

Le abitudini dei Top Manager

“L’impegno continuo, instancabile, la determinazione e la costanza sono le armi vincenti. Non vi è uomo che, possedendole, possa scoraggiarsi!

James Whitcomb Riley

Tutto ciò che ci accade nella vita è frutto di probabilità. Virtualmente c’è sempre la probabilità che possa accaderti qualsiasi cosa. Esiste la probabilità che vivrai una vita lunga, felice, prospera e piena di salute. Esiste la probabilità che domani andrai a lavoro e tornerai a casa senza incidenti. Esperti in statistica riescono a determinare tutte queste probabilità con un’accuratezza davvero considerevole. Del resto, tutto il mondo delle polizze assicurative si basa proprio su questi numeri, come pure la finanza e gli investimenti.

In America, la maggior parte dei milionari che si sono fatti da soli sono imprenditori, executive o professionisti autonomi. Acquisendo consapevolezza, conoscenze pratiche e competenze nella gestione di un business di successo, di sicuro arrivi ad aumentare in modo esponenziale le probabilità di guadagnare molto, raggiungere una indipendenza finanziaria ottimale e diventare tu stesso un milionario.

Come per ogni altra cosa, tutte le competenze ed i comportamenti da mettere in atto per raggiungere questi obiettivi si possono apprendere, attraverso lo studio e la pratica. In questo capitolo imparerai quali sono le abitudini più importanti messe in atto in ogni campo dalle persone che hanno raggiunto le vette del successo. Quello che devi fare è semplicemente adottare queste abitudini e quindi applicarle ad ogni singola area del tuo business.

Lo scopo del Business

Qual è lo scopo di ogni impresa imprenditoriale? Alcune persone sono portate a rispondere “ quello di fare profitto”.

Peter Drucker, invece, dice che “*lo scopo di ogni business è quello di creare e mantenere un cliente*”. Qualsiasi sia il profitto, di certo è il risultato di un impegno volto a creare ed a mantenere nel tempo un certo numero di clienti, tale da poterli servire in modo redditizio.

L’abitudine più importante che puoi sviluppare per avere successo negli affari è quella di pensare in ogni momento ai tuoi clienti.

Devi orientarti al cliente, focalizzare intensamente la tua attenzione verso la tua clientela. Cerca di entrare nei loro stati d’animo, nel loro modo di pensare, fino ad arrivare a guardare le cose dal loro punto di vista. Mattina, pomeriggio, sera: sempre! In ogni area del tuo business devi sviluppare l’abitudine di porre il cliente al centro dei tuoi pensieri.

Lo scopo di qualsiasi attività imprenditoriale risiede nella soddisfazione del cliente. Il business può espandersi e crescere solo grazie al fatto che riesce a soddisfare i clienti meglio di quanto facciano i competitor. Viceversa, il business tende a contrarsi e a peggiorare quando non si soddisfano le richieste dei propri clienti, quando si disattendono le loro necessità relative a prodotti e servizi, rispetto al costo

che gli stessi clienti sono disposti a sostenere. Puoi essere certo di fare le cose nel modo giusto, se inizierai a porti una domanda tra le più importanti e cioè:

“Cosa, agli occhi del mio cliente, viene considerato considerato valore?”

Il Potere della Chiarezza

Con ogni probabilità nel campo degli affari e del successo personale una delle parole più determinanti è “chiarezza”.

Devi essere assolutamente chiaro su chi sei come persona, cosa stai cercando di fare o di raggiungere con il tuo impegno.



L'obiettivo è quello di sviluppare una attitudine mentale fatta di precisione, che ti porti a pensare e valutare con attenzione ad ogni dettaglio della tua vita professionale. Concediti il tempo necessario per raggiungere una chiarezza assoluta nelle diverse aree.

Inizia con il formulare la tua visione.

Qual è la tua visione per il tuo futuro imprenditoriale ideale?

Se potessi avere una bacchetta magica e rendere perfetta la tua attività, in ogni suo dettaglio, quale aspetto avrebbe?

Nella Bibbia c'è scritto: “Dove non c'è visione, la gente soffre”. In termini di business, questo significa che dove



manca una visione chiara, positiva, motivante della professione, le persone perdono il proprio entusiasmo ed impegno, riuscendo soltanto a navigare a vista, un po' alla volta, senza poter contare su una vera prospettiva.

Così come per te e per la tua vita personale hai bisogno di una visione motivante ed ispiratrice, nel business è indispensabile avere una visione. Fa' che diventi per te una abitudine quella di definirla e chiarirla continuamente. Nel far questo, metti in pratica i principi della “visualizzazione”. Immagina di non avere alcun limite e di poter creare il tuo business esattamente come tu lo vuoi.



Pensa alle parole

Rifletti sulle parole che useresti per descrivere la tua attività, immaginando che sia perfetta in ogni suo aspetto.

Quali parole sceglieresti?

Quali sono i vocaboli che vorresti che i tuoi clienti usassero per descrivere la tua impresa ad altri potenziali clienti?

Se potessi essere tu a decidere le parole ideali da far pronunciare alla tua clientela, quali parole sceglieresti?

E quali espressioni vorresti usassero le persone dentro e fuori il tuo business per parlare della tua attività e per descriverla?

Per esempio: se ognuno intorno a te descrivesse il tuo business con le parole **“eccellenza, qualità, servizio clienti straordinario, elevata integrità, personale preparato, prodotti migliori, follow-up veloce ecc”**, tutto questo ti sarebbe di aiuto?

Se la risposta è sì, pensa al modo in cui poter organizzare il tuo business per far sì che queste siano concretamente le parole che le persone useranno in futuro, quando parleranno di te e della tua impresa.

Maggiore è la chiarezza che riesci ad avere circa questa descrizione ideale, più facile sarà per te lavorare ed intraprendere le azioni necessarie per trasformare queste parole in realtà.

Una Mission e una Misura

Cosa rappresenta il concetto di mission per il tuo business?

La mission è definita sempre dall'obiettivo che ti proponi di raggiungere con il tuo business, per i tuoi clienti.

Ogni mission racchiude in sé un parametro di misura, utile per riuscire a determinare se la missione stessa è stata portata a termine oppure no.

Ecco un esempio pratico: per molti anni la mission di AT&T è stata quella di “mettere il servizio telefonico alla portata di ogni Americano”. Ci sono voluti circa 100 anni affinché AT&T completasse la sua mission, un tempo molto lungo in effetti, durante il quale la mission non è comunque mai stata modificata.



Un'azienda potrebbe dire: *“La nostra mission è di fornire ai nostri clienti i prodotti migliori, supportati dal miglior servizio clienti del mercato e quindi, come risultato, raggiungere vendite e profitti pari al 15% di crescita annua”*.

Con una mission simile, pianificazione strategica, marketing e vendite, procedure e policies interne, sono tutte incentrate su un unico punto.

Questo - con maggiore probabilità - rende la mission attuabile.

Qual è la mission per il tuo business e per la tua clientela?

Perché fai quello che fai

Qual è lo scopo del tuo business?

La definizione di questo concetto ti aiuta a rispondere, in primo luogo, al perché del tuo impegno.

Perché sei entrato nel mondo degli affari?

Cosa ti spinge ad impegnarti e cosa vuoi raggiungere per i tuoi clienti?

Quali risultati vuoi ottenere?

Esistono aspetti della tua attività che sono volti a migliorare la vita dei tuoi clienti?

Perché scegli di fare le cose che fai?

Maggiore è la chiarezza con cui rispondi a queste domande, migliore è l'organizzazione e l'efficienza che riuscirai ad infondere a tutto il tuo business.

Porsi Mete e Obiettivi

Dopo aver fatto chiarezza circa la tua personale visione, missione e scopo, puoi passare alla definizione - in termini specifici, misurabili e quantificabili - degli obiettivi della tua impresa. Ovviamente sono obiettivi strettamente legati al tempo, per cui



puoi identificarli come breve, medio e lungo termine. E' il loro raggiungimento a determinare il successo della tua impresa.

Avere obiettivi è indispensabile: per esempio, fissare il volume delle vendite e stabilire il guadagno che vuoi trarne.

Hai bisogno di obiettivi per lo sviluppo e l'introduzione sul mercato di nuovi prodotti e servizi e per il potenziamento di quelli attualmente esistenti.

Avere obiettivi è indispensabile anche relativamente alle persone che vuoi attrarre all'interno della tua impresa, ed eventualmente assumere. Per i mercati che deciderai di approcciare, per i volumi di fatturato che intenderai sviluppare in quei mercati.

Allenando costantemente la tua abitudine alla chiarezza nei confronti dei tuoi obiettivi, riuscirai a dare a te stesso e ad ogni tuo collaboratore il giusto input, affinché persegua lui stesso, ogni giorno le giuste mete.

Per fortuna, nel business, ogni meta ed obiettivo può essere espressa in termini economici.

Qualsiasi cosa tu faccia, puoi creare e determinare dei parametri finanziari estremamente specifici che ti aiuteranno a capire se stai avendo successo. Potenzia l'abitudine a pensare in termini finanziari e impegnati ad analizzare le cose in termini di profitti netti.

Questa indicazione è valida per ogni fase del tuo business ed è il modo in cui le persone più di successo pensano la maggior parte del tempo.

Concentrati sul Marketing e le Vendite

Qualsiasi sia la tua attività imprenditoriale, dotarti di una organizzazione marketing è indispensabile.

Drucker dice che il ruolo del manager è di *innovare* e *commercializzare*, in quanto sono proprio queste le due attività principali che ci consentono di creare e mantenere la clientela, e dunque, in ultima analisi, di generare risultati finanziari.

E' abbastanza sorprendente che la maggioranza dei manager trascorra, invece, moltissimo del proprio tempo in attività che non contemplano né innovazione né marketing.

In uno studio, alla domanda "Quanto è importante il marketing nella sua azienda?", la maggior parte dei manager ha risposto "molto importante". Poi, però, ad una analisi dettagliata di come impiegavano il proprio tempo, è venuto fuori che solo l'11% della settimana lavorativa era in realtà dedicato al marketing.

Tutto il resto del tempo erano occupati in gestioni burocratiche, meeting, amministrazione e altre attività estranee al marketing vero e proprio.

E' fondamentale che tu sviluppi la capacità di pensare in termini di marketing e vendite. Cerca di pensare sempre ai tuoi clienti. Questo è valido



in ogni momento. Pensa alle cose che potresti fare, ogni giorno, per rendere i tuoi servizi ed i tuoi prodotti più attraenti agli occhi della tua clientela.

Quando offro la mia consulenza alle aziende, relativamente al loro marketing, incoraggio i manager a stabilire una mission fondamentale per le loro attività di vendita. Una delle mission più efficaci è la seguente:

“La nostra mission è di fare in modo che i nostri clienti preferiscano acquistare da noi piuttosto che dai competitor, quindi di motivarli di nuovo all’acquisto grazie all’elevato livello di soddisfazione verso i nostri prodotti e di far sì che parlino bene di noi ai loro amici, affinché diventino anche loro nostri clienti”.

Il Cliente è il Re

Nella società di oggi, l’acquirente è il Re, o la Regina.

E’ il cliente a decretare il nostro successo o fallimento. E’ lui a determinare il nostro livello di crescita o di declino. Per questo soddisfare il cliente deve essere il nostro obiettivo centrale, quello verso cui indirizzare tutta l’energia e concentrazione, non solo nostra, ma di ogni collaboratore.



Sam Walton, fondatore della Walmart, una volta ha detto: “Abbiamo un solo capo: il Cliente. E’ lui a poterci licenziare ogni volta che vuole. Come? Semplicemente andando a fare i suoi acquisti da un’altra parte!”.

I clienti, in fin dei conti, acquistano una sola cosa: il miglioramento.



La ragione fondamentale per cui un cliente compra è quella di migliorare in qualche modo la propria vita o il proprio

Per questo, è importantissimo che tu sviluppi l'attitudine a interpretare la negoziazione con il cliente come un processo che va "dall'esterno verso l'interno". Fai in modo di osservare costantemente i tuoi prodotti e servizi con un occhio esterno, distaccato.



Devi arrivare a vederti con gli occhi del cliente, in modo da poter capire quali sono le aree di miglioramento e cambiamento necessarie per aumentare l'attrattività della tua offerta.

Solo in questo modo riuscirai a strappare clienti alla concorrenza.

Cosa vuole il Cliente?

I clienti sono incredibilmente egoisti. Vogliono sempre il massimo con il minimo. Desiderano ottenere la qualità più elevata possibile, spendendo il minimo. E non solo: desiderano sempre il meglio, il più veloce, il più economico ed il più facile da usare. E ciò che li aveva soddisfatti fino a ieri, spesso non è sufficiente a soddisfarli oggi.

lavoro. Il tuo compito, dunque, è quello di convincere il cliente che acquistando da te avranno dei vantaggi concreti.

Marketing, vendite e strategie sono proprio finalizzate a questo unico scopo.

Il cliente ha sempre ragione. E se non acquista da te, o se ancor peggio acquista da un tuo competitor, significa che la percezione che egli ha della tua offerta non è abbastanza attraente da spingerlo verso la decisione di acquisto.

Per andare incontro alle richieste di una clientela tanto esigente, sia oggi che in futuro, devi sviluppare la capacità di migliorare costantemente ciò che vendi.

Alza costantemente il tiro.

Cerca sempre nuovi modi per migliorare i tuoi prodotti, rendendoli più efficienti, veloci, moderni e convenienti. Solo così potrai restare in vetta. Gli imprenditori che hanno più successo sono coloro che accrescono la propria abilità nell'essere

fortemente orientati verso il cliente, e dunque al mercato.

Sono persone che sanno focalizzarsi costantemente sulle esigenze della propria clientela e sanno interpretarne i pensieri. Sempre, giorno e notte.

Sono persone che individuano nuovi modi di soddisfare le necessità dei clienti, rispondendo loro come e meglio di prima. Sia che tu stia iniziando una nuova attività, o che lavori per qualcun altro, ricorda sempre di indirizzare la tua concentrazione verso il cliente.

Agendo in questo modo puoi essere certo di fare per il tuo successo ben di più di ogni altra azione.

Pensare da Imprenditore

Come puoi sviluppare l'abitudine a pensare da imprenditore?

L'imprenditore è oggi più che mai simile ad un combattente, ad un guerrigliero nel mondo del capitalismo. E' una persona che possiede diverse qualità che gli consentono di avviare e di far crescere un business di successo, nonostante la competizione agguerrita.

Tra queste qualità, ve ne sono due che forse spiccano per utilità: la **velocità** e la **flessibilità**.

Impegnati a sviluppare l'abitudine a spostarti rapidamente in direzione delle opportunità, non verso i problemi, agendo in modo rapido, così da soddisfare i tuoi clienti.

Le grandi aziende tendono a muoversi con lentezza, mentre gli imprenditori possono sfruttare il vantaggio della velocità.

Oggi, nella nostra società, il tempo è un fattore critico nel processo decisionale che guida l'acquisto di un prodotto o di un servizio. Più velocemente sarai in grado di servire i clienti, più valore e attrattività avranno i tuoi prodotti, e dunque la tua impresa, ai loro occhi.

Devi acquisire l'abitudine a muoverti rapidamente sia nella vendita che nel servire i clienti. Così facendo guadagnerai rapidamente spazio in qualsiasi mercato.



**Scopri come attrarre ricchezza e successo con il video di Brian Tracy.
Visita il sito www.hiperformance.it/briantracy**

Altra qualità importante dal punto di vista imprenditoriale è l'abitudine alla flessibilità.

Prova. Prova. E prova ancora. E abbi sempre il desiderio di sperimentare nuove vie. Ricordati che nel business la maggior parte delle cose che proverai quasi mai hanno successo la prima volta. E spesso nemmeno la seconda o la terza.

Ma la Legge delle Probabilità regna sovrana.

Per questo, più cose diverse proverai e più rapidamente sarai in grado di metterle in pratica, maggiore è la tua probabilità di riuscita. In questo modo ampli la tua possibilità di scoprire il metodo giusto o le procedure corrette per raggiungere le vendite e gli obiettivi che ti sei posto.

Continua a chiederti "se non avessi fatto così - sapendo quello che so oggi - sarei pronto a ricominciare di nuovo?"

Se la risposta è "no", sii pronto a cambiare rapidamente e a provare qualcosa di diverso.

La maggior parte delle attività imprenditoriali ha successo quando fa qualcosa di nuovo, rispetto a quando aveva iniziato.

Offrire prodotti e servizi innovativi a segmenti di clientela diversi, per esempio, rispetto a quanto pianificato in fase di start-up può rivelarsi vincente.

Uno dei segni di riconoscimento più evidenti delle persone di successo è la loro apertura mentale verso le idee nuove.

Sono persone in grado di accettare il feedback delle loro azioni e apportare dunque rapidamente le correzioni necessarie, se qualcosa non funziona secondo le loro attese.

Le sette abitudini per un business di successo

Esistono sette abitudini indispensabili che devi sviluppare per un business di successo. La mancanza di una di queste abitudini può costarti cara, se non addirittura essere fatale per la tua impresa.

Una volta che sarai diventato competente ed avrai acquisito le capacità necessarie in ciascuna di queste aree, sarai in grado di raggiungere risultati straordinari, molto più velocemente e facilmente rispetto ad ogni tuo competitor.

La prima abitudine indispensabile per un business di successo è l'abitudine alla pianificazione.



Se riesci a pianificare le tue attività in modo preciso e dettagliato, agendo in anticipo sui tempi, potrai portare a termine i tuoi piani con maggior velocità e facilità, ottenendo dunque i risultati desiderati.

Ti svelo un acronimo che in inglese chiamiamo “**Le Sei P**”: “Proper Prior Planning Prevents Poor Performance.” In sostanza significa che una pianificazione adeguata in fase iniziale previene prestazioni scadenti.

All’inizio, molto spesso il 20% del tempo che si impiega nella pianificazione, consente di risparmiare in fase successiva circa l’80% del tempo. Non dimenticarlo!

Per pianificare meglio, devi sviluppare l’abitudine alle domande ed alle risposte, seguendo questo schema:

Cos’è esattamente il prodotto o il servizio che offro?

Chi è esattamente il mio cliente?

Perché il mio cliente acquista?

Che cosa il mio cliente considera valore?

Quali sono gli elementi che rendono il mio prodotto o il mio servizio superiore a quello di qualsiasi altro competitor?

Perché certe persone non acquistano?

Perché certe persone non acquistano da me?

Quale valore in più percepiscono, quando acquistano da un mio competitor?

Cosa posso fare per cambiare questa percezione e conquistare anche i clienti dei miei competitor?

Qual è quella cosa che può convincere le persone ad acquistare da me, piuttosto che da qualcun altro?

Bene, una volta che ti sei posto tutte queste domande e le hai risposte una ad una, puoi passare alla prossima fase che è quella di pianificare, stabilendo obiettivi specifici in termini di vendite e di profitto.

Devi identificare con precisione le persone, il denaro, le attività promozionali e di marketing, le politiche di distribuzione, la gestione amministrativa, l’assistenza e la logistica di cui avrai bisogno per raggiungere i tuoi obiettivi.

Ricorda che quanto più sarai accurato e tempestivo in questa fase, maggiore sarà la tua probabilità di avere successo.

Prima di iniziare, organizzati!

Dopo aver messo a punto un piano dettagliato e completo della tua attività, è necessario acquisire un’altra abitudine indispensabile: quella di organizzare le persone e le risorse necessarie prima di iniziare.

Quando si organizza, si mettono insieme tutte le risorse che durante la fase di pianificazione si sono repute necessarie.

In gergo militare si dice: *“gli amatori parlano di strategia, mentre i professionisti parlano di logistica”*.

Ed in effetti, è assolutamente indispensabile che tu arrivi a determinare ogni ingrediente necessario, prima di avviare l'operatività vera e propria del tuo business.

Metti insieme tutte le componenti del tuo lavoro, in modo che siano pronte nel momento in cui il tuo business aprirà i battenti.

Ben il 95% del tuo successo di imprenditore, è determinato dalla qualità delle persone che collaborano con te.

E' un dato di fatto che le aziende migliori si servano del personale più qualificato. Le compagnie di serie B, ovviamente, hanno persone di serie B. Quelle di serie C si comportano di conseguenza, avviandosi così velocemente verso la loro fine e scomparsa dal mercato.



Sii accurato in questo, in quanto la mancanza di un ingrediente fondamentale in fase iniziale, può compromettere tutta la tua impresa.

Trovare le persone giuste

La terza abitudine da sviluppare è quella di assumere le persone giuste per la tua impresa.

L'abitudine alla Delega

La quarta abitudine che devi sviluppare per un business di successo è quella di saper delegare nel modo giusto.

Cosa significa?

Arrivare a saper valutare il giusto compito da delegare, affidandolo alla persona giusta e nel modo corretto.

L'incapacità a delegare con efficienza può portarti rapidamente verso il fallimento, causando il più delle volte prestazioni sotto la media delle persone che collaborano con te.

In fase di start-up, gli imprenditori tendono in genere a fare tutto da soli. Man mano che il business cresce e si espande, però, il lavoro diventa troppo per una persona sola, per cui la ricerca di collaboratori validi è inevitabile.

Ciò nonostante, se non stanno attenti, spesso gli imprenditori tendono a mantenere il controllo delle mansioni, non delegando mai pienamente autorità e responsabilità alle altre persone. Questo atteggiamento può avere risvolti negativi.

Nell'ambito dei nostri Programmi Evoluti di Coaching, ad esempio, insegniamo proprio ***l'arte del saper delegare***.

Chiediamo agli imprenditori di identificare e tenere per sé due o tre cose principali con cui contribuiscono al valore dell'azienda e di delegare tutto il resto. Bene, anche tu devi fare lo stesso.

Devi imparare a ragionare pensando "a fare le cose attraverso gli altri", piuttosto che cercare di fare sempre tutto da solo.

Questo è il solo modo in cui puoi innalzare il livello delle tue prestazioni e moltiplicare il tuo talento e capacità professionale.

Verificare i risultati

La quinta qualità per un business di successo è quella di sviluppare l'abitudine ad una supervisione adeguata del lavoro.

E' importante che tu imposti dei



parametri di qualità ed un sistema di monitoraggio del compito, assicurandoti che i tuoi collaboratori lo condividano a priori.

La regola è "verifica i risultati che ti attendi".

Una volta che hai delegato il compito alla persona giusta, nel giusto modo, è essenziale che tu sia in grado di controllare l'esecuzione del compito, accertandoti che venga fatto in tempo, rispettando il livello di qualità richiesto.

Ricorda che delegare non vuol dire abdicare. Sei sempre tu il responsabile del risultato finale!

Per questo devi essere a capo di esso. Quando deleghi un compito, stabilisci anche un sistema di report che ti tenga sempre informato circa lo stato di avanzamento del lavoro. Accertati che l'altra persona sappia con esattezza cosa fare, la scadenza da rispettare e gli standard qualitativi necessari.

Il tuo compito è anche fare in modo che egli abbia il tempo e le risorse necessarie per portare a termine il compito in modo soddisfacente. Infine, più il lavoro è importante, più frequentemente dovresti controllarne il progresso.

Misurare vuol dire Agire

La sesta abitudine da mettere in pratica per un business di successo è quella di misurare la performance.

Stabilire degli standard misurabili attraverso punteggi o altro, è utilissimo. Fai in modo da determinare dei parametri temporali e delle scadenze tali da darti periodicamente la certezza di rispettare la tua "tabella di marcia".

Ogni persona incaricata di una specifica mansione deve essere a conoscenza di queste scadenze e dei parametri attraverso cui viene valutato il suo operato, in modo da poterli rispettare.

Nell'ambito della nostra procedura del Punto Focale, insegniamo l'importanza di selezionare e stabilire obiettivi specifici, parametri di misura e attività che possano essere utilizzati come riferimento per la valutazione delle performance.

Jim Collins, nel suo libro "*From Good To Great*" si riferisce all'importanza di selezionare il denominatore economico di una impresa e di stabilire quindi obiettivi e mete individuali all'interno della stessa.

Qualsiasi siano i parametri che sceglierai, la cosa importante è che siano chiari per tutti i tuoi collaboratori e che debbano essere verificati continuamente, così da accertarti che ciascuno segua il giusto percorso, nei tempi voluti.

Mantenere alto il livello dell'informazione

La settima abitudine per un business di successo è quella di verificare ed aggiornare, tramite report accurati e puntuali, i risultati ottenuti.

I tuoi collaboratori devono sapere quello che succede. La banca deve conoscere i tuoi risultati finanziari. Lo staff deve sapere qual è lo stato dell'arte e la situazione dell'azienda per cui lavorano. Le figure chiave della tua organizzazione, a qualsiasi livello, devono poter conoscere quali sono i risultati raggiunti finora.

Secondo uno studio fatto su ben 7.000 impiegati circa la motivazione sul posto di lavoro, la maggior parte ha risposto che l'elemento di soddisfazione principale è quello di "essere a conoscenza".

Le persone che fanno parte di una organizzazione hanno il bisogno profondo di sapere e capire quello che accade intorno a loro.

Per questo, dedica adeguate energie e tempo, per informare chi collabora con

te circa la situazione del business.

Questo ti permette di avere collaboratori più felici e motivati. E dunque, risultati migliori.

L'abitudine alla Vittoria

Per avere davvero successo negli affari e per diventare tu stesso un milionario, ci sono altre abitudini importanti da far tue.

Una di queste è la determinazione alla vittoria. Devi sviluppare la tua volontà a vincere, a competere, a conquistare un successo ben oltre le previsioni.

L'istinto competitivo e la determinazione a vincere, nonostante qualsiasi ostacolo o difficoltà, è la forza motrice che spinge ogni imprenditore verso l'impegno e dunque, verso una carriera di successo.

La determinazione a conquistare il successo è una abitudine assolutamente indispensabile per te. Devi potenziarla attraverso l'esercizio, senza mai fermarti a considerare la possibilità del fallimento.

Cerca invece di usare i concetti di velocità e flessibilità di cui abbiamo parlato prima, e concentrati piuttosto sulla soluzione ai problemi.

Così facendo sarai in grado di superare ogni ostacolo e raggiungere mete ambiziose, indipendentemente da quello che succede intorno a te.

Il decisionismo, o per meglio dire l'attitudine alla vittoria e l'atteggiamento vincente motivano ed entusiasmano anche le persone che ti circondano, spingendo ciascuno a superare i propri limiti, a migliorarsi e dunque a raggiungere risultati straordinari.

Sii aperto alle novità

Un altro suggerimento utilissimo è quello di sviluppare l'abitudine a mettere in discussione le tue idee.

Fallo regolarmente, proprio come un esercizio mentale, specialmente nei momenti in cui incontri delle resistenze o degli incidenti di percorso. Molte persone giungono a conclusioni affrettate e presumono di sapere delle cose circa i clienti, i competitor o il mercato di riferimento, che in realtà non hanno alcun fondamento.

Sii sempre pronto a domandarti "in base a cosa, asserisco questo?" Quali sono i fatti su cui si fonda il mio pensiero? Qual è l'evidenza? Qual è la prova?"

Ed infine, cosa ancora più importante di tutte, sii pronto a chiederti "cosa succederebbe se le mie ipotesi su questo cliente, prodotto, servizio, mercato o competitor non fossero affatto veritiere? Quali cambiamenti dovrei mettere in atto?"

L'idea più pericolosa per un imprenditore o per un uomo di affari, relativamente ai prodotti o servizi che offre, è che esista un mercato abbastanza ampio e con grandi margini di profitto.

Il più delle volte questo non è vero affatto. Il motivo principale per l'implosione sul mercato delle cosiddette "dotcom" (ndr. aziende di che basano il proprio business solo su internet e le telecomunicazioni) è che non esisteva un mercato reale per i prodotti ed i servizi che queste aziende andavano offrendo.

Sono quindi incappate nell'errore concettuale di presumere, un modo di ragionare fallace che definirei **"argomentare per ipotesi"**.

Succede spesso che le persone vengano catturate da un'idea o da un argomento e siano portate a propugnarlo con vigore ed in modo plateale, sebbene non abbia una reale sostanza.

Asserire qualcosa non vuol dire provarla.

Abraham Lincoln una volta, stava facendo il punto insieme ai membri del suo gabinetto, quando gli fu chiesto: *"Prendiamo un cane: se una delle zampe si chiamasse coda, quante zampe avrebbe effettivamente?"*

Molti ministri presenti risposero: *"Cinque"*.

A questo punto Lincoln evidenziò: *"No, il cane avrebbe pur sempre solo quattro zampe. Il fatto di chiamare coda una delle zampe, non la rende certo tale"*.

La morale di questa storia è che le affermazioni, i desideri o le speranze che un fatto sia vero non portano con sé la concreta veridicità dell'affermazione. Solo i fatti sono tali.



Per questo è essenziale sviluppare l'abitudine di separare la realtà dei fatti dalla fantasia e basare le tue decisioni su verità dimostrabili, confutabili specialmente se riguardano i clienti, il mercato, i prodotti ed i servizi che offri.

Pensare prima di Agire

Nel mondo degli affari, caratterizzato da cambiamenti tanto repentini, è importantissimo sviluppare l'abitudine a riflettere prima di agire.

Spesso, quando ci troviamo sotto pressione e dobbiamo prendere delle decisioni, siamo portati a saltare verso conclusioni affrettate e prendere decisioni senza considerare con attenzione tutte le possibili implicazioni che ne derivano. Invece, dobbiamo fare nostra la capacità di acquisire del tempo. Tempo da porre tra la pressione di dover prendere una decisione e la decisione stessa.

Esiste una regola valida che dice: *"Se la decisione non deve essere presa adesso, significa che ora non deve essere fatta"*.

La nostra mente è incredibilmente potente, e lo è ancora più quando le diamo il tempo necessario per riflettere su una decisione da prendere.

Fa che diventi per te un'abitudine avere un giorno in più, un week-end o persino un mese, prima di prendere la decisione finale. Posticipa il momento della scelta definitiva il più a lungo possibile.



L'atto stesso di consentire ai diversi elementi dell'informazione di sedimentare nella tua mente, ti renderà capace di prendere decisioni migliori, agendo meglio di quanto avresti fatto se avessi dovuto decidere troppo rapidamente.

E' incredibile quante persone dicano "Se ci avessi pensato solo un momento, avrei preso una decisione completamente diversa". Succede quasi sempre così. Fa che diventi una tua abitudine quella di ritardare le decisioni il più possibile. Puoi essere certo che alla fine saranno sempre decisioni più ponderate e dai risultati migliori.

Il tuo network

Un'altra abitudine di successo è quella di dirigere il tuo business, confrontandoti con altre persone, sia dentro che fuori la tua attività.

In uno dei nostri programmi avanzati di Coaching, a San Diego, lavoriamo con imprenditori di successo per aiutarli a creare dei gruppi insieme ad altri imprenditori, con cui confrontarsi e sviluppare idee e progetti migliori.

I risultati di queste sessioni di gruppo sono sorprendenti! Molto spesso vi sono imprenditori che, avendo lottato per mesi con problematiche di business, si trovano in pochi minuti ad avere le soluzioni giuste, proprio grazie alla collaborazione degli altri membri del gruppo.

Un gruppo di "cervelli", può essere strutturato o non strutturato. Entrambi sono efficaci.

In un gruppo di lavoro strutturato si usa porre domande specifiche come ad esempio: "Come possiamo aumentare le vendite in questo mercato?", intorno alle quali si sviluppa un vero e proprio brainstorming collettivo.

Ciascuno propone idee diverse, relative ad esperienze professionali dirette e non. Molto spesso, una idea che è stata applicata con successo in un campo, si rivela altrettanto vincente in un settore di business totalmente diverso.

Nell'ambito di una sessione di brainstorming non strutturata, invece, le persone si riuniscono e lasciano che le idee fluiscano in libertà.

Si parla in termini generali dell'imprenditorialità, del modo di condurre gli affari, dell'economia, delle vendite, dei clienti, della competizione e così via.

Scopri come attrarre ricchezza e successo con il video di Brian Tracy.

Visita il sito www.hiperformance.it/briantracy

Da tutti questi temi emergono spesso delle idee geniali che i membri del gruppo possono poi applicare nello specifico alle loro attività.

Se hai un tuo business, fai tua l'abitudine di riuniti con altre persone chiave e confrontatevi in gruppo almeno un paio di volte a settimana.

Potrete affrontare insieme temi che riguardano la direzione in cui sta andando il vostro business, e le problematiche che ne derivano. Chiedi se qualcuno ha idee o suggerimenti in merito.

Ascolta con attenzione senza mai interrompere. Specialmente quando qualcuno sta presentando le sue proposte.

Fai il giro del tavolo ed invita ciascuno a portare il suo contributo. Sarai positivamente sorpreso dalla qualità delle idee che vedrai emergere, specialmente se farai del brainstorming una regola del tuo lavoro.

Le 7 mosse per rendere vincente il tuo business

Nel management esistono sette aree chiave che ci aiutano a misurare il risultato complessivo.

Lavorare bene e con regolarità in ciascuna di queste aree ti permette di raggiungere risultati migliori. Per fare questo devi acquisire abitudini mentali che ti portano a pensare al business in termini di successo e di profitto.

La prima area chiave, ovvero l'abitudine che devi sviluppare, è quella di pensare continuamente in termini di aumento della produttività.

1

L'obiettivo della pianificazione strategica è quello di "aumentare il guadagno sul capitale".

Questo significa migliorare i risultati finanziari e le uscite aziendali, rispetto ai costi. In definitiva si tratta di aumentare le vendite, i ricavi ed i profitti del tuo business, rispetto agli standard raggiunti finora.

Tutte le persone di successo pensano costantemente in termini di aumento della produttività.

Cercano metodi per fare di più con meno, per raggiungere maggiori risultati con minori costi. Persino in tempi di crescita economica e di prosperità, queste persone si impegnano costantemente migliorare i risultati e diminuire le spese.

Guarda con occhio critico a quello che stai facendo oggi.

Come puoi aumentare la produttività, le performance e la resa di te stesso e del tuo business?

Quali cambiamenti devi attuare?

Cosa puoi ridurre e cosa aumentare?

Cosa puoi iniziare a fare, che non hai mai fatto finora?

Tra le attività che svolgi oggi, quali puoi sospendere del tutto?

Ad oggi, con le conoscenze che hai acquisito, quali tra le cose che fai non intraprenderesti?

Sono proprio le risposte a tutte queste domande che ti portano a compiere salti di qualità notevoli nella tua produttività, con risvolti estremamente positivi per la tua riuscita finanziaria.

2

Soddisfare i Clienti

La seconda area chiave, di cui già ho parlato in precedenza, è l'abitudine a pensare sempre in termini di soddisfazione del cliente.

Il punto di partenza per acquisire questa sana abitudine è essere assolutamente certi di come i tuoi clienti definiscono il concetto di "soddisfazione". Cosa è necessario che accada affinché i tuoi clienti siano tanto contenti da comprare nuovamente da te e da parlarne con i loro amici?

Domino's Pizza (ndr. una catena americana per la consegna a domicilio di pizza), è famoso per aver definito la soddisfazione dei propri clienti con il **concetto di "velocità"**.

Il suo fondatore, Thomas Monahan, capì che quando le persone ordinano una pizza, in genere hanno già fame. Per loro, quindi, la velocità della consegna diventa un fattore cruciale, addirittura più importante della qualità del cibo.

Partendo da questo concetto, Thomas Monahan è stato in grado di costruire un impero di 7.000 unità che ora si va estendendo in tutto il mondo, ed una fortuna a livello personale che si aggira intorno a 1,8 bilioni di dollari. Niente male per aver intuito un semplice concetto, circa i desideri fondamentali della propria clientela, non è vero?

Bene, concentrati e pensa: "I tuoi clienti come definiscono il concetto di soddisfazione?"



Scopri come attrarre ricchezza e successo con il video di Brian Tracy.

Visita il sito www.hiperformance.it/briantracy

I profitti sono la vera misura del successo **3**

La terza area chiave su cui concentrarti è l'abitudine a pensare sempre in termini di profitto.

Sono moltissime le attività imprenditoriali che tendono a focalizzarsi soltanto sulle linee principali, sulle vendite lorde, piuttosto che sui profitti netti. Come disse il Barone di Rothschild nelle sue Massime per il Successo, bisogna sempre **“concentrarsi sul profitto netto.”**

E' indispensabile dunque analizzare uno ad uno i tuoi prodotti, servizi, clienti e mercati, al fine di determinare esattamente il profitto che te ne deriva.



**Scopri come attrarre ricchezza e successo.
Guarda il video di Brian Tracy!**

Molte aziende oggi scoprono che la maggior parte della propria clientela, a causa degli alti costi di servizio e degli sconti, non è poi così redditizia.

Altre aziende scoprono che certi prodotti e servizi, nonostante l'alto volume delle vendite, non sono remunerativi a causa degli elevati costi nascosti.

Insomma, spesso ci si accorge di essere appena in pari con la propria attività, o di perdere addirittura denaro nonostante si tratti dei prodotti vincenti del proprio business.

***Quali sono i tuoi prodotti più redditizi?
E i tuoi servizi?***

Quali sono i clienti che ti rendono di più? E i mercati?

Quali prodotti, servizi, clienti o mercati dovresti potenziare o ridurre?

Cerca sempre di pensare in termini di cifre nette, stabilendo, centesimo per centesimo, i profitti che ti vengono da ciascuna area del tuo business.

L'Eccellenza è la risposta giusta **4**

La quarta area chiave è l'abitudine a pensare sempre e costantemente in termini di qualità.

I clienti acquistano un prodotto o un servizio solo perché percepiscono in qualche modo che la sua qualità è superiore a quella offerta da altri.

I tuoi clienti, come definiscono il concetto di qualità?

Quali qualità e caratteristiche primarie li spingono ad acquistare da te?

Una delle attività più importanti dovrebbe essere quella di interagire con regolarità con la tua clientela, chiedendo alle persone perché acquistano da te e cosa potresti fare per migliorare la

qualità ed il servizio della tua offerta. Metti in pratica il **Metodo CANEI**.

Questa sigla sta per “Miglioramento continuo e senza fine”.

Ricorda. Qualsiasi sia l’attività che svolgi oggi, qualsiasi sia il tuo impegno nel fare bene ciò che fai, dovrai comunque migliorarti considerevolmente, se tra un anno vorrai essere ancora sul mercato.

L’obiettivo principale che puoi porre per te stesso e per la tua attività è quello di “essere il migliore” in alcune aree importanti per la tua clientela. Questa è non solo la chiave per aumentare le vendite ed i profitti, ma anche la chiave per avere sempre la motivazione e l’impegno necessari tra i tuoi collaboratori.

A ciascuno piace essere parte di una organizzazione che si impegna per vincere, **per eccellere e per servire i clienti meglio di chiunque altro**.

Le Risorse più preziose

La quinta area chiave è l’abitudine a pensare in termini di formazione e crescita dei collaboratori.

5

Nel mondo degli affari, oggi, le risorse più preziose per la tua azienda sono le persone che alle 17 lasciano le loro scrivanie. Di tutti i beni, solo le persone possono apprezzare il tempo e gli elementi della formazione.

E le persone che collaborano con te sono tutto.

Tutta la produttività della tua impresa deriva da loro: non esistono altre risorse. Tutti i profitti. Tutte le vendite ed i risultati raggiunti sono frutto dei tuoi collaboratori. La tua capacità nel saperli selezionare, motivare ed ispirare è essenziale per il tuo stesso successo.

Sviluppa quindi l’abitudine a



Scopri come attrarre ricchezza e successo con il video di Brian Tracy.

Visita il sito www.hiperformance.it/briantracy

trascorrere del tempo insieme ai tuoi collaboratori. Sono le persone più importanti del tuo business.

Chiedi il loro parere. Complimentati dei risultati raggiunti. Invitali a pranzo o per un caffè. Falli sentire importanti e preziosi.

Ricorda che le aziende migliori si avvalgono dei numeri uno.

E che queste persone, invariabilmente, sono quelle più felici grazie al modo in cui vengono trattate dagli altri, specialmente i loro capi.

6

Riorganizza costantemente il tuo business

La sesta area chiave è l'abitudine a pensare al tuo business in termini di sviluppo organizzativo.

Per riuscirci devi riflettere continuamente sulle metodologie che servono alla organizzazione e riorganizzazione del lavoro, per fare in modo che possa svolgersi in modo sempre più efficiente ed efficace, in linea con i risultati che desideri raggiungere.

Può essere necessario, ad esempio, spostare del personale per far sì che determinate mansioni si svolgano con più velocità, competenza e senza interruzioni.

Fino ad alcuni anni, se fa un'azienda avesse annunciato di essere in procinto di avviare una "vasta riorganizzazione", avrebbe subito dato adito a pensare

che fosse costretta ad affrontare seri problemi interni. Oggi, invece, con il ritmo tanto veloce di cambiamenti, il mondo del business vive una realtà fatta di mutamenti continui e costante riorganizzazione.

Ogni giorno, settimana e mese, devi pensare a come poter schierare al meglio le forze lavorative interne alla tua struttura e le risorse aziendali. Solo così puoi assicurare alla tua attività il livello di produttività più elevato, le prestazioni ed i risultati migliori.

Sempre restando nell'ambito dello sviluppo organizzativo, devi non soltanto sviluppare l'abitudine di imparare e crescere tu come persona, ma anche quella di fornire valide occasioni di formazione e di apprendimento a quei collaboratori che rappresentano le figure chiave della tua organizzazione.

Alcune volte, far raggiungere ad un collaboratore una competenza professionale in più, aumenta in modo esponenziale il suo rendimento e la sua produttività a beneficio dell'intera organizzazione.

E non è tutto. Il mio consiglio è di essere lungimirante.

Non dovresti soltanto offrire opportunità di formazione al tuo staff, ma dimostrare la tua disponibilità nel contribuire economicamente ad eventuali corsi o seminari che possano migliorare la loro capacità gestionale.

Incoraggia i tuoi collaboratori verso l'auto-apprendimento. Spronali a

partecipare a corsi e seminari che li aiutino a sviluppare le loro capacità e migliorare i risultati.

Questa è una delle tecniche motivazionali più potenti in assoluto.

Non accontentarti mai **7**
La settima area chiave è l'abitudine a pensare in termini di costante innovazione.

Come abbiamo avuto modo di discutere in questo capitolo, dovresti incoraggiare chiunque a pensare creativamente. L'unico modo per incoraggiare lo sviluppo della creatività è quello di chiedere ad ogni collaboratore di presentare una sua idea, in occasione del meeting settimanale.

Un buon modo per avviare la riunione, è quello di fare un giro di tavolo chiedendo a ciascuno il suo contributo.

Conduci quindi la discussione, partendo da queste idee. Quando qualcuno presenta una proposta geniale, stimola il gruppo ad applaudire. Ringrazia e congratulati. Fai in modo che i tuoi collaboratori, lasciando la riunione, siano motivati a continuare a pensare alle proposte anche durante la settimana.

Altra idea utile, è quella di avere in azienda un piccolo bussolotto delle proposte.

Puoi mettere in palio un premio settimanale per la migliore idea volta ad aumentare le vendite o a tagliare i costi.

Non deve essere un premio impegnativo,

bastano 5 o 10 dollari, purchè serva a motivare le persone verso il pensiero creativo.

Poi, nel corso della riunione settimanale, annuncerai il vincitore.

Consegna il premio e congratulati con lui/lei. Stringigli la mano e avvia un applauso di incoraggiamento. In breve tempo, sarai



sorpreso dalla quantità di buon idee che le persone ti presenteranno.

L'area più importante per applicare questa abitudine alla costante innovazione è quella che riguarda i tuoi prodotti e servizi.

Ricorda che circa l'80% dei prodotti/servizi oggi in vendita, nel giro di soli cinque anni saranno obsolete.

Come vedi è assolutamente

indispensabile ragionare in termini di innovazione. Devi fare in modo che questo diventi parte costante della tua attività professionale.

Se non lo farai, saranno i tuoi competitor a farlo. Ed è sufficiente una delle loro innovazioni per farti fuori.

Sii un leader, non un seguace

Pensa in anticipo e prendi in considerazione tutte i diversi modi in cui poter riorganizzare la tua attività per far sì che diventi migliore, più veloce e conveniente rispetto a quella dei tuoi competitor.

Pensa a nuovi prodotti e servizi da poter offrire. Considera nuove prospettive di mercato verso cui espanderti. Trova nuovi modi con cui poter compensare i vantaggi di cui sembrano godere i tuoi competitor. Escogita modi diversi con cui poter dominare i mercati. Più ti dedicherai a generare idee nuove, più idee avrai.

Il potere della mente è il vantaggio competitivo più importante

Come avrai avuto modo di constatare leggendo le abitudini di successo di questo capitolo, non ce n'è neppure una tra esse che costi realmente del denaro.

Ciascuna di queste abitudini la puoi apprendere attraverso la **pratica** e **l'esercizio**.

Puoi svilupparla riflettendo semplicemente sull'idea centrale e facendone un'abitudine da mettere in pratica con regolarità.

Se concentri i tuoi pensieri sull'importanza della pianificazione,



pianificare in anticipo diventerà per te sempre più abituale.

Se dedichi i tuoi pensieri all'importanza di assumere collaboratori validi, diventerà sempre più abituale per te riflettere attentamente prima di assumere una nuova persona.

Più pensi alla soddisfazione del cliente, più forte diventerà per te l'abitudine di pensare a come poter soddisfare la tua clientela meglio di chiunque altro.

La Legge della Concentrazione dice "qualunque sia la cosa su cui ti soffermi, cresce e si espande nella tua vita".

Ne consegue che più energie mentali dediche a qualunque delle abitudini o comportamenti enunciati in precedenza, prima arriverai ad integrare tale abitudine o comportamento nella tua personalità. Fino a farla diventare parte del tuo modo di pensare, di essere, di agire ed ottenere risultati.

Nessuno è meglio o più intelligente

Ricorda: nessuno è più intelligente o migliore di te.

Se qualcuno, oggi, sta ottenendo risultati migliori, è perché ha sviluppato una abitudine di pensiero o di azione vincente prima di te. E qualsiasi cosa abbiano imparato gli altri, anche tu la puoi imparare.

Nello sviluppare le abitudini mentali che hanno adottato imprenditori e business men di successo, potrai superare ogni difficoltà ed ostacolo, raggiungere tutti gli obiettivi finanziari che desideri e diventare economicamente indipendente.

Niente può fermarti.

La realtà indiscutibile che esistono nel mondo molte centinaia di migliaia di uomini e donne che hanno iniziato da nulla e sono diventati milionari, significa che anche tu puoi raggiungere risultati eccellenti negli affari. Devi solo sapere come fare.

Gli unici limiti ai risultati che puoi raggiungere sono i limiti che imponi a te stesso, con i tuoi pensieri.



Scopri come attrarre ricchezza e successo con il video di Brian Tracy.

Visita il sito www.hiperformance.it/briantracy

VUOI PASSARE SUBITO ALL'AZIONE?

Ecco gli esercizi che ti consiglio:

Prendi carta e penna ed inizia a scrivere...

1. Stabilisci la cosa più importante che puoi fare immediatamente per aumentare le tue probabilità di successo e passa immediatamente all'azione.

.....
.....
.....
.....

2. Crea una visione ideale futura per il tuo business e per la tua carriera: se la situazione fosse davvero perfetta, come la immagineresti tra 3 -5 anni?

.....
.....
.....
.....

3. Qual è la differenza o il miglioramento più importante con cui puoi contribuire alla qualità di vita dei tuoi clienti ? E come puoi attuarlo nel modo migliore?

.....
.....
.....
.....

4. Qual è la tua dote professionale più spiccata e come puoi organizzare il tuo tempo in modo da poterne trarre il massimo beneficio?

.....
.....
.....
.....

5. Qual è la debolezza principale del tuo business o come puoi migliorare o compensare questa area?

.....
.....
.....
.....

6. Quali innovazioni puoi apportare ai tuoi prodotti o servizi per renderli più attraenti ai tuoi clienti presenti e futuri?

.....
.....
.....
.....

7. Quali sono i prodotti, servizi, mercati, clienti e attività più redditizie ? Quali passi puoi fare subito per concentrare più risorse in queste aree?

.....
.....
.....
.....

Mi auguro che tu abbia trovato utile ed interessante questa lettura. e che possa contribuire alla tua crescita ed a quella della tua realtà sociale.

Grazie della tua attenzione,
alla prossima!

Brian Tracy

Vuoi approfondire questi argomenti ?

Partecipa anche tu al prossimo Grande Evento Hi-Performance

ABITUDINI DA UN MILIONE DI EURO.
PERCHE' ALCUNI HANNO PIU' SUCCESSO DI ALTRI?

Roma, 16-17 Ottobre 2008

BRIAN TRACY IN ITALIA

Contattaci per ulteriori informazioni
Infoline **06 36005152**

www.hiperformance.it/briantracy

Guarda il suo video su come attrarre
ricchezza e successo nella tua vita.

Clicca qui



HI-PERFORMANCE®
Divisione Grandi Eventi

Via Paolo Emilio, 7 - 00192 Roma
Infoline 06 36005152 - Fax 06 36000752

info@hiperformance.it - www.hiperformance.it/briantracy