

MANAGEMENT

FORMAZIONE

Come acquisire un digital mindset

Superare i vecchi schemi per andare incontro al futuro e far decollare il business

 14 Ago 2018 Commenti 5 min di lettura Stampa Preferitidi **STEFANO SANTORI**

Formatore e coach

[Leggi di più](#)

Acquisire un digital mindset non è più “rimandabile”: le statistiche mostrano chiaramente che senza una digitalizzazione della nostra mentalità nei prossimi anni saremo messi sempre peggio. “Digital transformation” e “digital disruption” sono i termini che, al momento, meglio designano il modo in cui sta avvenendo il cambiamento nell’ambito del business e dei sistemi organizzativi. Come tutte le disruption, anche quella digitale colpisce non solo chi non è in grado di cambiare ma anche chi, pur cavalcando l’onda, non ha la giusta attitudine per un nuovo modo di lavorare. È necessario rivedere il proprio mindset e ricalibrarlo sulla base della nuova era digitale, a partire dall’affrontare il nemico numero uno del cambiamento di

mentalità, sempre più in agguato: la maledizione della conoscenza.

Ripartendo da zero, cosa faresti di diverso?

Per capirne la sostanza vi basti riflettere sulle implicazioni di questa serie di domande: se poteste partire oggi da zero cosa fareste di diverso? Che investimenti diversi fareste e che soldi risparmiereste? Davanti a questa domanda non c'è scampo: se avete risposto, "non cambierei nulla", la miopia non vi consente di vedere le differenze intervenute tra oggi e il giorno x del passato di inizio dell'attività. Se avete risposto, al contrario, identificando con facilità tutto quello che NON fareste se solo poteste resettare e ripartire da zero, siete comunque davanti all'evidenza che il cambiamento esterno potrebbe non aver generato la pronta reazione o che le "barriere" oggi presenti sono troppo pesanti da smuovere. Infine, se non siete stati in grado di rispondere, avete davanti agli occhi l'evidente "cecità" informativa: la buona notizia è che una socratica presa di coscienza della propria ignoranza (so di non sapere) è l'inizio del viaggio verso la saggezza. Delle tre situazioni avrete già intuito quale sia la "maledizione della conoscenza", ovvero la prima.

Il vincolo dell'esperienza

L'esperienza è "magistra vitae", non c'è dubbio, ma la visione troppo ottimistica di questo antico detto nasconde il nemico del nostro computer cognitivo: quello che oggi SAPPIAMO e abbiamo TESTATO, viene magari dall'esperienza (anche di successo) vissuta in un tempo/spazio che semplicemente... non esiste più! L'evidente paradosso è che tanto più un professionista ha "vinto" in passato, tanto più queste conoscenze "efficaci" (supportate dai "numeri di successo") saranno una maledizione per l'innovazione.

Se a questo collegate il fatto che il nostro cervello è intimamente avverso, non solo alle perdite, ma anche all'idea di "avere torto", ecco che la maledizione delle conoscenze pregresse e del successo connesso diventa letale e quasi indistruttibile.

2 esercizi di self-coaching

Come ridurre questo rischio? Vi suggerisco due semplici passi:

1. Innanzitutto, cercate di identificare tutto ciò che oggi è diverso rispetto agli schemi, benché efficaci, del passato. Pensate per un attimo a un promotore finanziario di successo nei primi anni 2000: cosa c'era e oggi non c'è più all'epoca? Cosa oggi c'è che all'epoca non c'era? Parlo di strumenti, di mercato, di informazioni, di app e persino di abitudini. Il passaparola nel 2000 e il passaparola nel 2018: cos'hanno di simile e cosa di differente?

2. Il secondo step è un sano bagno di umiltà imprenditoriale: calatevi per un attimo nei panni di un ipotetico fan del vostro più forte competitor

che voglia mettere a confronto il suo idolo (il vostro competitor) con la vostra struttura, allo scopo di “demolirla”. Cosa sa fare, cosa sa, cos’ha la rete benchmark che voi non sapete fare, non sapete, non avete?

Potreste scoprire che quella (magari da voi percepita come “ridicola”) bizzarra abitudine di aggiornare ogni settimana un post scritto “ad arte” su LinkedIn abbia generato nei mesi un innalzamento di brand reputation in grado di magnetizzare un numero sempre crescente di potenziali clienti. Magari alcuni proprio in target per la vostra area/offerta! Sono due esercizi di self-coaching, non due ricette del successo universale (quelle esistono solo nei libri di magia, oltre che sui siti web di tanti “simpatici” guru del web che vendono miracoli).

Una strategia per cambiare mindset

La strategia migliore per cambiare il “mindset” e digitalizzarlo (primo passo fondamentale per l’innovazione digitale, in azienda e non solo) è seguire un percorso graduale che tocchi questi punti dell’action plan del metodo Mindsetting™ (una metodologia che permette di generare un graduale cambio di mentalità nelle organizzazioni e nella vita personale e professionale):

- analizzare i gap nell’ambiente e nelle infrastrutture in cui si operava e si deve operare (con quasi tutto lo sguardo volto al futuro);
- identificare le aree di miopia/cecità informativa (saper/saper fare mancante);
- identificare le abitudini chiave, il cui cambiamento potrebbe generare un circolo virtuoso di cambiamento di “focus” (pensate a come l’abitudine di vedere Google Maps prima di muoversi ha via via ridotto, fino ad azzerare, l’acquisto e l’uso dei TomTom);
- identificare le convinzioni ferme e spesso irrazionali che persone e organizzazioni danno per “assodato”;
- creare una “linea del tempo” di questo cambiamento desiderato, in cui le persone si debbano aprire a nuovi strumenti (dai CRM fino agli algoritmi predittivi e all’intelligenza artificiale) uno per volta e accompagnate da una presa di coscienza dei risultati egoisticamente vantaggiosi.

Questo è solo il via di un percorso ma una delle fasi più importanti di ogni viaggio è proprio il “varcare la soglia”.

TAG: **DIGITALIAZZAZIONE** **MINDSET** **INNOVAZIONE** **BUSINESS**

▼ **INSERISCI IL PRIMO COMMENTO**

Please enable JavaScript to view the [comments](#)

ALTRI ARTICOLI DI MANAGEMENT