

The Management Tip of the Day

from Harvard Business Review

Cos'è una TIP?

- E' una *pillola di vita*, una dritta, un consiglio.
- E' un breve testo, contenente consigli e suggerimenti che ti aiuteranno a rendere tutto più semplice in molte occasioni della vita.
- E' una piccola soluzione a portata di mano che ci può aiutare ad uscire da situazioni imbarazzanti o difficili.

- Ogni giorno, sul sito di *Harvard Business Review* viene aggiunta qualche pillola di vita.
- Oggi abbiamo deciso di condividere con voi qualche tip che magari, in futuro, potrebbe aiutarvi a risolvere una situazione incerta o complicata.

- Siti internet di riferimento:
 - <http://www.mestierediscrivere.com/>
 - <http://www.harvardbusiness.org/management-tip-day-hbrorg>

TIP N. 1

Apologize quickly if you send an embarrassing e-mail

Most people have made the mistake of hitting "reply all" on a private email or sending an insensitive message to the wrong person. After the panic sets in, you need to own the mistake. Approach the offended colleague quickly and apologize: "I'm sorry I did it and even more sorry that I hurt/showed disrespect for you." Seek forgiveness: "I wrote without thinking, and if I could take it back I would. I can only ask you to forgive me." Avoid insincere language like: "mistakes were made" or "I'm sorry if you were offended." Apologize in person or by phone – you don't want to risk getting it wrong again via email. And as awful as it feels having to make an apology, recognize that you may have done real damage. You might need to take additional steps to show that you actually care about the issue and are taking it seriously.

Scusati velocemente quando invii un'email imbarazzante

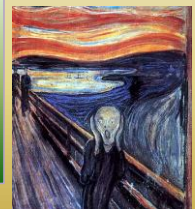
Rivolgiti velocemente al collega offeso e scusati: *"Mi scuso per averlo fatto e mi scuso ancora di più per averti ferito/averti mostrato mancanza di rispetto."*

Cerca di farti perdonare: *"Ho scritto senza pensare, e se potessi tornare indietro ci avrei pensato prima di inviarti quella mail. Posso solo chiederti di perdonarmi."*

Evita frasi false e di circostanza come: *"E' stato un errore"* o *"Mi scuso se sei stato offeso."*

Scusati di persona o per telefono

A meno che l'errore non abbia aiutato a dire una cosa che prima o poi dovevamo dire all'interessato, è nel nostro interesse *fare di tutto* per **recuperare il rapporto** con chi abbiamo offeso per continuare ad andare d'accordo.



Bisogna **far capire** alla persona che abbiamo offeso **che abbiamo sbagliato, assumendoci umilmente tutta la colpa** senza cercare di scusarsi "perchè bisogna"

TIP N. 2

Spend more time testing your new ideas

If you want a way to quickly transform your organization's innovation culture, ask people to spend less time on simply identifying and developing good ideas and more time on testing their hypotheses.

A business hypothesis is a testable belief about future value creation. It suggests a possible causal relationship between a proposed action and an economically desirable outcome. A testable hypothesis provokes more action-oriented discussion because accountability is built in: it will pass or fail its test, and you'll learn either way. But what's the accountability for an idea that's merely good? The fact that a lot of people think it's a good idea? That's a popularity contest. A testable hypothesis must have an explicit and understood measure or metric, and it has to be agreed upon, in writing, and shareable. That's how good ideas get converted into real value.

Passare più tempo a testare le proprie idee

1. Se volete un modo per trasformare rapidamente la **cultura dell'innovazione** dell'organizzazione, chiedete alle persone di dedicare meno tempo al semplice individuare e sviluppare buone idee ma **più tempo a testare le loro ipotesi**.
2. Un'**ipotesi testabile** provoca una **discussione più orientata all'azione**.
3. Un'**ipotesi testabile** deve avere un'esplicita e compresa **misura**, e deve essere **concordata** per iscritto, e **condivisibile**.

Il segreto per far sì che le nostre **Idee diventino azioni**, che poi verranno convertite in una creazione di valore, non è solo quello di individuarle ma è soprattutto quello di **testarle**.

Si dovrebbe passare un po' di tempo a **valutare** la nuova idea di business prima di adottarla: lo **scopo delle idee** è quello di **risolvere problemi**, e lo fanno solo quelle buone.

Se la vostra idea non lo fa, allora è il momento di accantonarla e passare a quella successiva.

TIP N.3

Know When and How to Ask for Help

People often don't ask for help because they think it's perceived as a sign of weakness. But you can't be successful if you don't ask for what you need. So here's how to make it easier:

- **Help others first.** Build a positive reputation as someone who's willing to lend a hand. For example, offer to assist with a small task, or ask if someone could use extra input on a project.
- **Know what you want to ask.** If you need help with a current project, take the time to write down your goals. Look at the most important one, and list the steps and resources needed to achieve it. Use this series of needs to frame your request.
- **Ask smartly.** Many requests are so poorly worded that it's difficult to respond. Yours should be Specific, Meaningful (explain why you need it), Action-oriented (ask for something to be done), Real, and Time-bound (say when you need it).

Sapere quando e come chiedere aiuto

Non possiamo avere successo se non chiediamo aiuto quando ci serve qualcosa!

Ecco come rendere tutto più semplice:

- **Aiutare gli altri per primo:** costruisciti la buona reputazione di chi è sempre disposto a dare una mano.
- **Sapere cosa si vuole chiedere:** prenditi del tempo per capire quali sono i tuoi obiettivi.
- **Chiedere elegantemente:** spesso le domande sono così mal formulate che risulta davvero difficile riuscire a dare una risposta.

Ricorrendo all'aiuto degli altri si può imparare qualcosa e, contemporaneamente, fare bene il proprio lavoro.
In due parole: **avere successo!**

Aiutarsi significa anche creare **spirito di squadra**, significa **collaborare**, significa condividere **conoscenza** e creare **sinergie**.

Dobbiamo **eliminare la paura di essere giudicati**, dobbiamo essere disposti a **saper chiedere aiuto**, quando questo diventa necessario!

TIP N. 4

To Get Candid Feedback, Ask for It

Getting honest, useful feedback is the fastest route to better performance. But people are sometimes too nice to share the full picture or too intimidated to be fully truthful. You need to be clear that you want honest feedback. If you say, "Don't be nice, be helpful," people will be less likely to hold back. Instead of asking what you did wrong, ask what you can do better going forward. Try not to judge any feedback you receive, whether it's positive or negative. Just thank people for being honest with you and let them know that you find their observations and opinions helpful. Try to write down what they say. A little silence communicates that you're taking feedback seriously, and it gives people time to think about what else they might add. And don't just ask once. Give people multiple opportunities to give you real feedback.

Per ottenere un feedback onesto, chiedilo!

- Un feedback utile è il percorso più veloce per **migliorare le prestazioni**.
- È necessario essere chiari se si desidera un feedback onesto.
- Invece di chiedere che cosa hai sbagliato, **chiedi cosa potresti migliorare la prossima volta**.
- Cerca di **non giudicare i feedback** che ricevi
- **ringrazia** le persone per essere state oneste con te
- Ricorda, non basta chiedere una sola volta, dai alla gente **più opportunità** di dare un feedback reale

Quanto è importante il feedback di un cliente?

Le **opinioni dei clienti** sono la strada più semplice per aumentare la **consapevolezza dei pregi** e dei **difetti** della propria impresa.

Sono importanti sia i commenti positivi, che permettono di capire i punti di forza, sia le critiche, che danno modo di individuare i punti deboli da migliorare.

Se si conosce l'importanza del passaparola della clientela, il beneficio derivato da questa opportunità è elevato.

TIP N. 5

A Shared Sense of Purpose Can Help Boost Morale

Struggling companies have a hard time keeping employees engaged because leaders are often more focused on cost-cutting and shifting strategy. But there's a way to revitalize a business while simultaneously energizing its people: create a shared culture of purpose. When a company communicates its purpose (a pledge to do the right thing) and demonstrates a strong commitment to it, the company becomes a force for good and a creator of value for all stakeholders, especially employees. Think about any social initiatives you could pursue that align with your mission—something that would both inspire employees and improve results. For example, American Standard, the 136-year-old sanitation company, was able to get back on its feet after bankruptcy partly by launching a campaign to help combat disease in the developing world. By emphasizing your purpose, you can help your company by helping to build a better world.

Un senso di finalità comune può aiutare ad aumentare il morale

- C'è un modo per rivitalizzare un business e contemporaneamente ridare vitalità alle persone addette: creare una **cultura condivisa dello scopo**.
- Quando una compagnia comunica i suoi **obiettivi** e dimostra una forte **determinazione** a raggiungerli, la compagnia stessa diventa una spinta verso il giusto ed è in grado di creare valore per tutti i portatori di interessi nei suoi confronti, soprattutto gli impiegati.
- Enfatizzando il tuo obiettivo, avrai anche la possibilità di contribuire con la tua compagnia alla creazione di un **mondo migliore**.

in una realtà sempre più competitiva risulta evidente l'importanza della **legittimazione sociale** e di una **leadership di qualità** per il successo dell'azienda.