



Il successo di uno store dipende spesso da due elementi fondamentali: la **leadership dello store manager** e la sua **capacità di trasferire ai collaboratori le proprie conoscenze**, generando così motivazione e orgoglio di appartenenza.

PUNTARE ALL'OBBIETTIVO

Uno store manager non può prescindere dalle competenze tecniche, cioè la conoscenza dell'azienda e dei processi di gestione del lavoro quotidiano. In particolare uno store manager esemplare deve saper **pianificare nel medio lungo periodo i propri obiettivi e strategie**. Ciò significa avere ben chiara la differenza fra **obiettivo e desiderio**. Per capire se un'azione da intraprendere parte da un obiettivo e non da un desiderio, devono essere soddisfatti dei criteri da cui non ci si può allontanare. L'obiettivo deve essere **S.M.A.R.T.E.R.**. Un desiderio potrà essere realizzato se diviene quindi **Specifico**, chiaro, delineato. Il secondo requisito attiene alla **Misurabilità**, declinata non solo su parametri quan-

titativi (per esempio fatturato e quote di mercato), ma anche su elementi qualitativi come la soddisfazione del cliente e sua fidelizzazione nel tempo. Il terzo requisito dell'obiettivo è il suo **Allineamento** con le strategie aziendali e deve essere inoltre percepito come **Raggiungibile: il non credere di farcela può diventare la prima causa dell'insuccesso**. Quando pensiamo a un desiderio spesso non consideriamo la cornice temporale: *"Voglio raggiungere X ma non so entro quando"*.

Ciò che invece caratterizza un obiettivo ben formato è il fatto che sia **Temporalmente definito**. **Un bravo store manager deve essere in grado di riconoscere quando una situazione è importante e quando urgente e dividere così le proprie attività in strategiche e tattiche**. Tra le attività importanti e non urgenti ci sono, ad esempio, la prevenzione dei problemi, l'incremento della capacità produttiva, la pianificazione nel lungo periodo e l'individuazione di nuove modalità e opportunità di lavoro. Un manager divie-

Lo store manager esemplare deve saper pianificare nel medio lungo periodo i propri obiettivi e strategie. Il che significa avere ben chiara la differenza fra obiettivo e desiderio



Impara l'arte e... condividila

Come diventare uno store manager di successo e trasferire le doti acquisite ai propri collaboratori

ne leader perché guarda **oltre il tempo presente** per lanciare lo sguardo verso il futuro della propria attività. Infine, ogni meta è legata al contesto entro la quale si vuole raggiungerla: uno store manager eccellente deve mettere in conto che tale obiettivo debba essere **Rivisto nel tempo**, tenendo conto degli inevitabili cambiamenti e imprevisti che si possono incontrare.

COSTRUIRE UNA RELAZIONE AD PERSONAM

Lo store manager eccellente considera indispensabile investire nello sviluppo delle **competenze relazionali**, che riguardano principalmente la capacità di comunicare efficacemente con lo staff, attraverso l'ascolto e il feedback costruttivo e continuo, costruendo una **relazione ad personam** con i singoli collaboratori. **Ogni individuo è un sistema aperto** all'interno di sistemi più grandi (lavoro, casa, società). Questo significa essere in grado di **cogliere i cambiamenti** che avvengono nella

squadra, non necessariamente per motivi interni all'azienda stessa, ma che comunque in un modo o nell'altro ne determinano trasformazioni. Ecco che tra le competenze relazionali è fondamentale la **capacità di motivazione dei collaboratori** nei momenti di crisi e difficoltà. La **flessibilità** diviene lo strumento più delicato e importante da utilizzare: uno store manager flessibile sa adattarsi agli imprevisti, sa mettersi continuamente in discussione senza preconcetti e cambiare punto di vista sui problemi per trovare soluzioni creative.

Concretamente significa **sapersi mettere "nei panni dell'altro"** per cogliere gli stati emotivi depotenzianti e resistenti ai cambiamenti. Ma essere flessibili significa anche essere in grado di assumere una **distanza emotiva** per riuscire a far passare il proprio staff dall'analisi dello **"spazio problema"** a quello dello **"spazio soluzione"**, offrendo ai propri collaboratori la percezione di sentirsi supportati in maniera importante durante una fase delicata di trasformazione o transizione. Pos-

siamo usare l'aggettivo **carismatico**, dunque, per definire lo store manager capace di creare consenso attraverso una gestione del punto vendita basata sulla **autorevolezza** - ben diversa dall'autorità -, sulla trasparenza e sull'etica. Infine, la **sponsorizzazione dei collaboratori** si basa sulla valorizzazione delle diversità (di genere, di età, di cultura e stili di pensiero): lo store manager di successo **evita di fare preferenze** nello staff, anzi addirittura accoglie e si confronta in modo costruttivo soprattutto con persone che la pensano in maniera differente. Così, realizza **la formula del successo di un team: 1+1=3**. Che tradotto significa: **valorizzazione e rispetto reciproco** dei diversi stili di pensiero di ciascuno membro del team, così da raggiungere risultati di eccellenza, che risulteranno maggiori della somma delle singole capacità e attività dei membri della squadra.

© RIPRODUZIONE VIETATA

Granchi & Partners Srl
www.granchiepartners.it