

START UP ? sì, grazie.

Perché una buona idea non basta più.

Giovani imprenditori con ottime idee sviluppano continuamente nuove opportunità imprenditoriali: idee che creano valore in qualche modo e per qualcuno. Vi sono idee banali, persino assurde, a volte ti chiedi quali convinzioni ci siano dietro la creazione di simili idee e come possano, questi giovani talenti, credere che ci sia qualcuno disposto a pagare per quel prodotto da loro pensato e tanto amato. A volte sono invece idee utili, capaci di creare un valore d'uso che non immaginavamo. Perfino qualcosa che non esisteva, pensiamo ai vari *social media*: chi poteva immaginare che si potesse creare un valore nella condivisione di "contenuti" con un gruppo di amici più o meno vasto e che ci potesse essere un modo diverso da una festa a casa di amici? È così che le idee geniali rompono gli schemi e si affermano. Esse creano nuovi spazi e divengono quindi i nuovi business per un mondo in cambiamento. Ci sono tanti giovani imprenditori che hanno buone **idee, potenzialmente capaci di creare valore**, idee che potrebbero affermarsi, se non proprio come Facebook almeno in una dimensione più che sufficiente per divenire business di tutto rispetto. Eppure non sempre succede questo. **Silicon valley** è una realtà particolare, davvero lì le cose funzionano in modo diverso, i giovani talenti possono contare su un ambiente in cui il confronto è totalmente privo di remore e limitazioni, lì chiunque ha un'idea la condivide con tutti molto prima di realizzarla. Per noi milanesi, "gente aperta", una cosa del genere è al di là dell'immaginabile. Eppure da San José a Mountain View e su su fino a Market Street **non trovi nessuno che coltiva il proprio orticello** nel silenzio del privato. La prassi normale è condividere, parlare, ascoltare gli altri e raccontare la tua idea. Se non hai idee non sei interessante, se hai un'idea sei *social*. Non importa se la tua idea è buona o no, l'importante è che tu la condivida, che tu racconti la tua *vision*, **che tu ti metta in gioco**, non importa neppure se poi la realizzerai o se cambierai idea, l'importante è condividere. Così hai accesso in "società". Se la tua idea non regge troverai chi la metterà in discussione, ma non con una critica distruttiva, né criticando la persona, bensì chiedendoti come pensi di far funzionare la tua idea in relazione a questo o quel problema o criticità presente. Precisi e puntuali ti solleveranno le questioni cruciali alle quali, se tu saprai dare una risposta adeguata, acquisirai autorevolezza e rinforzo, in caso contrario riceverai utili indicazioni per lo sviluppo. Indicazioni sulle quali sarà conveniente approfondire le convinzioni e le conoscenze per evitare errori di valutazione. Questo ci insegna che **esiste un posto dove il confronto costruttivo è considerato assolutamente naturale**. Qui da noi, in Italia, in questa **Milano da bere**, non esiste niente di simile. Eppure di buone idee ce ne sono anche qui e molte. Vi è un particolare aspetto sul quale desidero soffermarmi qui, una particolarità che attiene agli imprenditori che riescono a condurre la loro idea dalla fase di *vision* a quella di **start up**, imprenditori che sono capaci di sviluppare, da queste idee, un business imprenditoriale. È un aspetto legato alle competenze, ma non tanto quelle "core", tecniche, specialistiche di una particolare tecnologia, di una idea o di un settore, quanto alle competenze relative alle capacità relazionali, quelle **soft skills** che sono trasversali rispetto alle competenze centrali quali conoscere il mercato di riferimento, conoscere la tecnologia o il modello di business che si vuole applicare. Neppure le conoscenze di marketing, sebbene indispensabili per far crescere l'idea e farla diventare un business, risultano **tanto importanti nel successo quanto le competenze trasversali**. Le prime senza le seconde faticano ad essere messe a frutto, a scaricare a terra la loro potenzialità, un po' come un'auto potente a cui siano in montati pneumatici privi di *grip*: "La potenza è nulla senza controllo" recitava un commercial di successo. Allo stesso modo la conoscenza tecnica, priva di controllo da parte del cervello razionale, fatica a farsi apprezzare a divenire significativa. Abbiamo verificato come gli imprenditori che "riescono", siano in genere molto bravi in termini relazionali ed hanno un controllo naturale dell'empatia, sono persone con buone doti di intelligenza emotiva, e di intelligenza empatico sociale.

Come mai accade ciò?

In certi casi la personalità conta molto: per sviluppare la propria idea è importante essere capaci di sviluppare reti. Reti di persone, di contatti, di partner che a più livelli o con diversi gradi di interesse possano riuscire a dare un supporto allo sviluppo dell'idea di business.

Sembra banale, eppure proprio nella capacità di condividere e relazionarsi esiste oggi un valore immenso. Le idee di business non viaggiano più sole come un tempo, oggi si condividono e si costruiscono in un contesto aperto, un'Agorà di scambi e di confronti, di accettazione e di supporto. Essere capaci di entrare in empatia con gli altri e motivarli alla condivisione è una capacità non così frequente. Vediamo continuamente ottimi talenti che fanno fatica a costruire relazioni. E quando sembra che vi riescano può accadere che siano relazioni che non producono quell'effetto leva che si riscontra in altre. Essere capaci di fare non basta più, oggi è importante essere capaci di condividere, di coinvolgere gli altri, di creare valore con gli altri pur mantenendo la capacità di discernimento per restare autonomi e non esserne influenzati. Bene, tutto questo dipende dalle competenze relazionali delle persone, quelle **soft skills** che non vengono insegnate in nessuna università, ma che favoriscono la costruzione di una personalità autonoma, distinta, ma profondamente relazionale. Cogliere gli spunti di riflessione, essere capaci di stimolarne l'offerta nei propri interlocutori, accoglierne il contributo e valorizzare il rapporto di scambio è una capacità che favorisce la crescita di tutti. Occorre creare un ambiente in cui la relazione sia produttiva di stimoli.

Come fare questo?

L'opportunità di investire sullo sviluppo delle competenze relazionali di chi è al centro di un'idea imprenditoriale nuova, una **Start Up**, va perseguita con la massima tenacia. Esistono conoscenze importanti che occorre possedere e ci sono competenze che si acquisiscono soltanto passando attraverso un'esperienza mediata dalle conoscenze specifiche. Non possiamo perdere l'occasione di investire su di noi stessi, soprattutto se ci aspettiamo che altri investano sulle nostre idee e sulle nostre capacità di svilupparle.

Dove e come?

I consulenti e formatori del nostro gruppo sono apprezzati perché sviluppano competenze in modo molto operativo, creare un'esperienza e capire cosa accade e perché. Questo il filo conduttore, la teoria serve per capire, l'esperienza per imparare. Siamo a Milano, ed operiamo direttamente nella consulenza, la formazione, il coaching, il mentoring per le imprese. Spesso interveniamo anche con i fondi di finanziamento disponibili per le imprese.