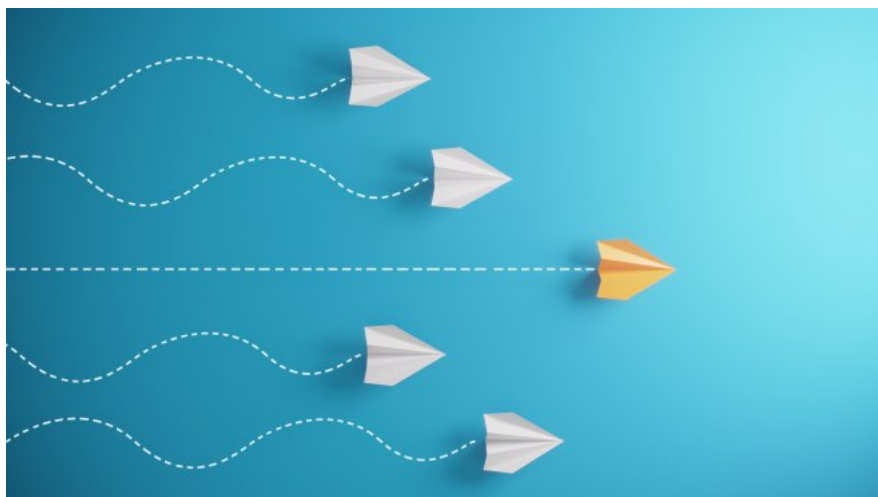




Decifrati i geni del successo dei campioni della crisi

La società di revisione e consulenza PwC Svizzera, insieme ad economiesuisse, ha prodotto un documento che analizza i geni del successo delle aziende che stanno sfruttando con successo la crisi di Covid 19 come un'opportunità. Studi quantitativi e discussioni personali hanno rivelato che il patrimonio genetico di questi "campioni della crisi" può essere riassunto in sei geni ideali tipici di successo.

Crisi come quella innescata dalla pandemia di COVID-19 possono minacciare le imprese nella loro esistenza. Altre utilizzano invece le situazioni eccezionali o gli eventi choc in maniera intelligente e a loro vantaggio. Noi le definiamo i «campioni della crisi». A fine maggio, economiesuisse ha presentato un programma in 8 punti per riportare l'economia svizzera sulla via del successo. Il documento che è appena stato pubblicato intende aiutare le imprese svizzere a superare con successo le nuove crisi. Il documento completo può essere scaricato qui sotto (in lingua tedesca).

Gene del successo n° 1: potere difensivo

La resistenza alla crisi è basata su una prospettiva che si orienta alla sostenibilità, e non solo sull'ottimizzazione dei profitti a breve termine. Le aziende che resistono alla crisi raramente perdono di vista il quadro generale e intraprendono con coraggio nuove iniziative, spesso ispirate dall'inventiva della generazione fondatrice. Simili imprese riducono la loro burocrazia a favore dell'agilità e della flessibilità, spesso rafforzate dalla loro trasparenza. Lasciano circolare il capitale vitale che serve da cuscino per i momenti difficili dell'azienda e pianificano degli

scenari. Anche prima e durante la crisi, esse apportano notevoli adeguamenti e quindi aumentano la loro disponibilità ad affrontare situazioni eccezionali, ad esempio investendo in modo anticiclico.

Gene del successo n° 2: orientamento al cliente

I campioni della crisi coltivano le relazioni personali. Una fiducia costruita in anni di rapporti è pagante durante la crisi. Le imprese di successo hanno una chiara attenzione verso le esigenze dei loro clienti. In questo modo, vogliono ottimizzare il prodotto del cliente e quindi migliorare il cliente stesso. Si sforzano di sviluppare la soluzione migliore per ogni problema e di ottimizzarlo continuamente. I "campioni della crisi" sono ben collegati in rete. Ciò consente loro di creare rapidamente nuovi partenariati e di acquisire ulteriore know-how in modo rapido e semplice. Pensano al futuro e si occupano del futuro. Ecco perché già prima della crisi disponevano di tutti i sistemi digitali e non hanno perso tempo in questo contesto.

Gene del successo n° 3: porre l'accento su una nicchia

I campioni della crisi sanno cosa possono o non possono fare. Si basano sulla loro efficienza. Hanno consolidato le loro competenze fondamentali per decenni e si sono stabiliti in nicchie altamente specializzate. Si sono in seguito diversificati nell'ambito di questa nicchia. Aggiornano le loro conoscenze sviluppando nuove applicazioni e assumendo dei talenti adeguati. Verificano costantemente il modo con cui possono utilizzare i loro talenti più importanti: se approfondire e diversificare ulteriormente la loro nicchia o livellare la loro dipendenza da singoli settori o segmenti di clientela.

Gene del successo n° 4: cultura dell'innovazione

Le imprese che resistono alla crisi si distinguono per una forte curiosità per le novità che attira un personale altamente qualificato. Questa cultura dell'innovazione è guidata e motivata dalle necessità dei clienti. I campioni della crisi si affidano agli innovatori invece dei fornitori 'me-too'. L'innovazione è un'esigenza personale o propria all'impresa. In questo contesto, la prestazione del team svolge un ruolo molto importante. È qui che l'innovazione diventa possibile, perché può avvenire anche tra una porta e l'altra.

Gene del successo n° 5: internazionalizzazione

I "campioni della crisi" sono orientati a livello internazionale. Essi diversificano non solo all'interno dei loro settori tradizionali, ma anche nei loro segmenti di clientela e nella loro ripartizione geografica. Essi conservano spesso la leadership del mercato mondiale nel loro settore e restano leader del mercato mondiale anche dopo la crisi. Svolgono la loro Swissness come fattore di successo e di fiducia e si affidano a caratteristiche tipiche come la velocità, la precisione, la qualità, l'efficienza e l'affidabilità del piccolo. Grazie allo stretto contatto e allo scambio con le loro sedi e i loro partner all'estero, hanno reagito nonostante la rapida propagazione del COVID-19, in numerosi casi perfino prima che l'Ufficio federale della sanità pubblica (UFSP) in Svizzera informasse della crisi.

Gene del successo n° 6: personalità

I campioni della crisi sono formati da leader forti. Coltivano una cultura aziendale ottimista con un atteggiamento del tipo «Possiamo farcela», mantengono la calma in caso di crisi e prendono decisioni basate sia sulla ragione sia sull'istinto. Le principali personalità dei campioni della crisi sono non solo i direttori generali stessi, ma anche gli sviluppatori, i tuttofare e gli innovatori che incarnano lo spirito pionieristico del fondatore. Nel complesso, sono l'esempio di una grande lealtà e creano un clima di fiducia che si rivela pagante in caso di crisi. Danno prova di un impegno superiore alla media nei confronti del loro contesto sociale e locale. In questo modo, rafforzano la loro posizione sul mercato in termini di domanda e di forza lavoro prima della crisi per il periodo successivo.

Raccomandazioni per le imprese

In collaborazione con economieuisse, PwC ha definito delle raccomandazioni dettagliate per le imprese svizzere per prepararsi al meglio alle nuove crisi, come ad esempio a una seconda ondata di COVID-19. Esse possono essere scaricate qui.

[Scaricare le raccomandazioni \(in lingua tedesca\)](#)