

## Intervista ad Alessio Semoli/ Temposuper.com di Davide Rampoldi

Come essere molto ZEN nell'era di Internet, MA senza perdere in produttività'

Trascritta da Anna Colagè [www.annacolage.it](http://www.annacolage.it)

<https://www.youtube.com/watch?v=9nuNq-fuoig>

[0:00]

**Davide:** “Buongiorno, buongiorno a tutti. Io sono Davide Rampoldi di Temposuper.com, il sito, il portale dedicato ai professionisti e agli imprenditori che vogliono cercare di migliorare la propria organizzazione del tempo, eliminando soprattutto le attività che non li portano davvero a nulla. Attività che potrebbero delegare, e quindi avere più tempo a disposizione per sé, per la propria famiglia, per i propri hobby, o per lavorare sugli aspetti strategici del proprio business.

Oggi l'ospite della giornata, ultimo ospite della settimana, è Alessio Semoli. Alessio Semoli è un imprenditore e quando mi è stato presentato, mi è stato presentato come una persona molto, molto zen. Per questo sono rimasto anch'io davvero colpito da questa presentazione, che mi è stata fatta da Marco Montemagno, e ho detto *devo sicuramente sentirlo*, perché essere zen e soprattutto continuare e riuscire ad essere zen nel mondo caotico di oggi è davvero molto, molto complicato.

Non so ancora bene lui come faccia e abbia fatto ad arrivare a questa situazione, ma lo scopriremo direttamente dalle sue parole. Allora Alessio ti passo la palla, così ti fai tu da solo una mini presentazione, ci racconti un attimo chi sei e come sei arrivato ad essere ciò che sei, senza entrare troppo nel filosofico.”

**Alessio:** “Allora ciao Davide, buongiorno a tutti! In realtà dopo questa grande presentazione, chissà cosa si aspettano, no? Magari mi presento con la tunica o chissà cosa... Ma, in realtà, diciamo quello che per me è importante oggi, è sicuramente vivere la vita al meglio, no? Poi tutti noi siamo impegnati a fare mille cose nel business, quindi credo che l'input sul concetto zen sia questo, insomma, niente di più.

Ehm, quello che faccio io, fondamentalmente, mi occupo di marketing digitale da sempre. Sono marketing director di Softec, che è una società che si occupa di digital marketing che è quotata su borsa italiana. In realtà faccio anche mille altre cose, mi occupo fondamentalmente di informazione, perché insegno all'università e, quando riesco, scrivo qualche libro e in più seguo delle start up. In tutto questo poi l'impegno principale in realtà ce l'ho in famiglia perché ho quattro figli, quindi devo dedicargli del tempo.”

**Davide:** “Caspita, caspita, io sono a due e già con due non so come faccio, per cui arrivare a quattro che mi sembra veramente terrificante alla prospettiva, vorrei proprio capire qualcosa, qualcosa in più. Senti Alessio, ci sono stati dei maestri nella gestione del tempo, nell'organizzazione che tu hai avuto, o libri, piuttosto che hai partecipato a corsi di formazione, piuttosto che magari qualche vecchio datore di lavoro che la sapeva lunga?”

**Alessio:** “Ma, guarda, in realtà, io sono convinto che i migliori insegnamenti sono quelli della strada, no? Quindi quelli che in qualche maniera acquisiamo sperimentando. Ovvio, sì, mi sono fatto tutti i corsi più impensabili e immaginabili, da ognuno ho preso qualcosa, però poi alla fine quello che ho cercato di comprendere era quello che in realtà volevo dalla mia vita, no?”

E mi rendevo conto che molto spesso ero un po' collegato ad un sistema che vuole che noi siamo sempre impegnati, siamo sempre, diciamo, allineati al modo di essere che sono un po' tutti uguali, e che magari non ci prendiamo del tempo per quello che in realtà veramente vogliamo fare. Quindi, quello che ho cercato di fare, era ottimizzare sempre di più il tempo che ho a disposizione.

Libri, sì, ce ne sono, però, sinceramente, non mi hanno mai convinto nessuno più di tanto. Ok, ci sono i grandi classici e quelli sono sicuramente quelli da consigliare. Quello che però io sperimento e che provo costantemente a fare è cercare di migliorarsi, no? Cercare di migliorarsi costantemente in quello che si fa. Banalmente dire: come posso farlo in minor tempo? Oppure come posso far sì che si automatizzi, quindi, no?

Da qui poi anche l'idea di scrivere il mio ultimo libro sulla Marketing Automation, dove si va proprio su questo aspetto qua: automatizzare i processi di marketing, quindi, se lo possono fare le macchine al posto nostro e noi stare a controllarle, è sicuramente meglio."

**Davide:** "Certamente, certamente, sì, sì. Anche perché le macchine di solito lo fanno con una precisione, con una rapidità che non c'è paragone rispetto alla nostra. Quindi, di fatto sicuramente, parlerai e approfondirai moltissimo questo discorso nel libro che... che è già uscito? Esce a giorni?"

[5:00]

**Alessio:** "È uscito proprio in questi giorni, è appena arrivato nelle varie librerie."

**Davide:** "Ok, dopo vi girerò tutti i link direttamente nella chat. Ecco, Alessio, per te che cosa rappresenta la gestione del tempo? Facciamo che questa è l'unica domanda un po' filosofica dell'intervista."

**Alessio:** "Allora, ehh, dunque, allora vado sul piano filosofico, no?"

**Davide:** "Un pochino."

**Alessio:** "Allora, quello che per me è veramente importante oggi, è divertirsi. Quindi se c'è la passione e la voglia, bisogna divertirsi perché, diciamo, c'è qualcuno fuori che vuole che in realtà abbiamo delle vite grigie e molto tristi. In realtà noi esseri umani, chiunque ha la volontà di stare bene e cercare in tutti i modi di riuscire a farlo. Il tempo, ahimè, è uno degli aspetti principali, perché io alla domanda che... diciamo, il problema che comunque sento esternare a tutti è *ma non ho tempo, se avessi tempo, se avessi quaranta ore al giorno*, e bla bla bla.

In realtà, se si va a vedere, molto spesso anche nel lavoro, quando uno sta anche quelle otto in teoria, ma c'è anche chi sta quelle dieci-dodici ore al giorno, quelle veramente dove tu produci sono pochissime. Alla fine non riesci a stare sempre produttivo. Purtroppo il meccanismo da cui io sono uscito, che è un meccanismo che, effettivamente, se vogliamo, è quello che ostacola maggiormente, è il cosiddetto senso di colpa.

Quindi io, ad esempio, ho cominciato nel 2006-2007 a ritirarmi, nel senso che, dopo che lavoravo dodici – tredici-quattordici ore al giorno ed ero sempre in giro in tutta Europa, a un certo punto mi sono guardato e ho detto *che cosa desideri fare della tua vita: vuoi fare questo o vuoi fare qualcos'altro?* Rispondendo alla domanda che avevo dentro di me (dove dentro di noi ci sono tutte le risposte) ho capito che in realtà non era quello che volevo fare.

E cominciando a lavorare fondamentalmente da casa, dove sono anche ora, ho riscoperto la possibilità di essere estremamente più rapido, e quando vado in ufficio (noi abbiamo vari uffici sparsi), vado in maniera molto concentrata, molto diretta; ho un'agenda chiarissima. Va bene, il problema principale in cui comunque sono incappato, era il fatto che, quando da casa riesci a fare magari in due ore quello che facevi in otto in ufficio, poi ti guardi intorno e dici *che cosa ho sbagliato? Non è possibile!* E scatta il senso di colpa. Quindi il senso di colpa che..."

**Davide:** "Ti posso interrompere un attimo su questo aspetto? Dopo ti faccio collegare di nuovo sul senso di colpa. Perché tante volte, quando si parla di lavorare da casa, c'è il problema inverso. E uno dice quando sono a casa, è vero che non hai certi tipi di distrazioni, ma ne hai altre: hai la moglie che ti rompe le scatole, hai il figlio che arriva, hai che trovi sottomano le cose in cucina o in altri posti, quindi ne subentrano altre di distrazioni che non è quella dei colleghi. Quindi, come sei riuscito a bilanciare in maniera ottimale questo tipo di lavoro domestico?"

**Alessio:** "Allora, la verità è che non sono riuscito a bilanciarlo! No, nel senso che comunque è inevitabile, però è anche vero che, diciamo, io, la mia famiglia, mia moglie, i miei figli abbiamo deciso di fare un certo tipo di vita. È ovvio che dentro ci sta anche questa dinamicità, no? Nel senso che prima io, anni e anni fa, ero uno che doveva essere iper concentrato sul fare una cosa, star lì, starci due ore, nessuno doveva bussarmi alla porta."

Poi mi sono dovuto adattare. In realtà, attacco e stacco in continuazione, no? Parto su un progetto, poi mi fermo, poi riparto, e banalmente poi ho sviluppato questa capacità che chiunque può sviluppare. Dobbiamo uscire anche un po' dalle nostre zone di comfort, no? Cioè magari abbiamo le nostre procedure, quando in realtà scopri che fare in altri modi riesci a far lo stesso, anzi a volte è anche meglio. Quindi è fattibile.

È ovvio che è un modo di lavorare completamente diverso. Io spesso faccio le call e sento degli urli dei bambini, però è così, cioè, non c'è niente di strano."

**Davide:** "Perché il beneficio comunque che tu hai è molto superiore rispetto a quello soltanto di andare in ufficio, e poi anche quello che succede in ufficio, immagino."

**Alessio:** "Sì, diciamo che gestendo molte cose poi hai bisogno anche di ricaricare un po' le batterie, hai bisogno di dedicarti a... cioè, di bilanciare quella che è - no?- , il famoso work life balance, che non è soltanto legata alla famiglia ma anche a noi stessi, no? Io credo che, come punto centrale, c'è la nostra persona, poi intorno c'è la famiglia, il lavoro, e tutta un'altra serie di cerchi. Se tu non sei centrato con te stesso, è molto difficile riuscire a essere centrato con tutto ciò che ti sta intorno."

**Davide:** "E questo si ricollega al senso di colpa che dicevi prima, che hai dovuto abbandonare."

**Alessio:** "Eh, sì, perché il senso di colpa crea la giustificazione, no?"

[10:00]

Quindi, quando tu hai il senso di colpa, poi cerchi di giustificare e questo è uno dei problemi principali che io ritrovo, e ritrovo spesso anche in molte persone, sia nelle persone che lavorano con noi, che c'è sempre il senso di colpa oppure magari la giustificazione perché il cliente non ci da un prodotto, un altro, è *colpa di quello, è colpa di quello*. Le cose vanno fatte un po' scorrere, è un altro tema importante perché non per forza dobbiamo rimanere sempre agganciati così.

Io conosco personaggi che... io li chiamo quelli che hanno la compulsività sull'invia ricevi, no? Cioè quelli che hanno sempre il click sull'invia ricevi della posta elettronica e che se non arrivano email son problemi, c'è qualcosa che non va, no? Perché hanno deciso che la loro vita in qualche maniera dev'essere risolvere problemi.”

**Davide:** “Sì, sì. E' basata sul fatto che gli altri abbiano problemi, assolutamente.”

**Alessio:** “E se le cose paradossalmente vanno bene e non ci sono problemi, è un problema.”

**Davide:** “Eh sì, assolutamente, sì. Ecco ma, tu in mezzo a tutto questo, come sei abituato, se hai un'abitudine ricorrente o delle prassi ricorrenti, a organizzare, pianificare la tua settimana o giornata lavorativa, tenendo conto che da quello che mi stai dicendo, avendo comunque quattro figli e tutto il resto, credo che il cambiare, il mutare le..., diciamo, i pezzi di lego della tua giornata sia un po' all'ordine del giorno. Ma questo come lo colleghi invece dal punto di vista organizzativo con gli obiettivi dell'imprenditore? Come traduci tutto questo in pratica?”

**Alessio:** “Mah, guarda, ehm... Con il tempo ho imparato anche a chiedere alle persone che lavorano con me cose più precise e anche più... in qualche maniera focalizzate, no? Io quello che definisco la differenza tra il fare e il fare per il risultato è proprio un approccio completamente diverso, no? Banalmente...”

**Davide:** “Ci vuoi fare un paio di esempi pratici su questo, su questo che stai dicendo?”

**Alessio:** “Bah, per assurdo, no? *Fammi un report.* Cioè, non vuol dire niente, cioè uno può fare un report in qualsiasi modo. Oppure: *per cortesia mi identifichi la differenza di fatturato tra questo giorno e quest'altro giorno.* Oppure: *il mio obiettivo è cercare di fare un'analisi per capire dove stiamo perdendo soldi, puoi farmi un report che vada in questa direzione?* Sembra una stupidaggine, sembra solo qualche parola in più. In realtà, quando tu dai queste indicazioni, uno chiarisci anche a te stesso quello che vuoi, no?”

Perché spesso diamo sempre la colpa agli altri che non sono capaci di fare le cose, quando noi a volte non sappiamo neanche noi cosa vogliamo e questa è perdita di tempo. Poi ovviamente diamo le colpe agli altri, è facile. Dall'altra è anche ottenere dalle persone sempre ovviamente la soluzione, non il problema. Questo è banale. Ma anche un'attività che vada dritta all'obiettivo. Quindi, ogni azienda deve avere ovviamente un suo obiettivo, ogni sotto team, ogni sotto area deve avere obiettivi chiari e su quelli ci si misura.

Sbagliare, benissimo, non c'è problema. Se si sbaglia, vuol dire che stiamo lavorando. E' un altro modo per non fare le cose, ma la cosa importante è testare e provare, senza avere paura (e questo è un altro tema) di sbagliare. Perché a volte la paura di sbagliare fa sì che ci copriamo, ci dobbiamo fare una serie di cose che ci fanno perdere tempo e basta, e che soprattutto non vanno dritte all'obiettivo. Quindi io quello che consiglio sempre è una, come dire, un'attività che sia focalizzata, cioè, l'obiettivo di oggi è... fare questo e va fatto, punto. Se ci metti dieci minuti, bravissimo, se ci metti otto ore la prossima volta ce ne metterai meno.”

**Davide:** “Ecco, se devi dare delle indicazioni, tipo quelle che hai detto tu, no? Molto specifiche, diventano anche ricorrenti, a volte è facile anche fare un esempio e poi le persone si basano su questo esempio. Per i compiti invece un po' meno ricorrenti, dove, non dico ci sia più libero arbitrio da parte della persona a cui deleghi questo tipo di lavoro, ma deve metterci parecchio del suo, come riesci a bilanciare il fatto di

arrivare a un risultato con il fatto di dare delle indicazioni generiche perché inevitabilmente non puoi dargliene troppo precise?"

**Alessio:** "Mah, io vabbè sono fissato sulla parte di misurazione. O meglio: prima me ne fregavo altamente, poi a un certo punto ho capito che tutti i miei fallimenti, tutti i progetti che non funzionavano erano dovuti al fatto che non misuravo. Da quel momento in poi ho capito che la misurazione doveva essere in qualche maniera la mia strada, la mia bussola. Tant'è vero che poi ho fatto anche un libro sulla web analytics appunto per questo.

Paradossalmente aver capito bene questo tipo di approccio, mi ha permesso anche di focalizzare la mia attenzione e chiedere agli altri dati, numeri molto concreti, no? Ad esempio sul digital marketing potremmo parlare fino nelle prossime quarantotto ore del niente, ce la raccontiamo e poi alla fine nessuno fa nulla che possa cambiare o ottenere un risultato.

Se invece ci focalizziamo e diciamo *perfetto campagna pubblicitaria su Facebook sta funzionando sì, no? Se sì perché, se no perché?* Veramente, ci mettiamo cinque minuti, veramente, cinque minuti, non di più. E anche le riunioni che fanno perdere una marea di tempo, si possono evitare o fare in una maniera molto più rapida. Cioè, non ha senso parlare ore e ore di niente."

**Davide:** "Ecco, soprattutto all'inizio quando uno penso che mette in pista un processo di delega o un processo di gestione, di collaborazione con i vari dipendenti, freelance o quant'altro, tu hai parlato di numeri, tutto è a base di numeri. Io ho fatto ingegneria, ho fatto informatica e quindi condivido assolutamente questo tipo di approccio.

A volte però mi sembra che ci sia il rischio di perdersi un po' nei numeri, cioè di chiedere troppi dati e dai dati non riuscire a tirar fuori delle informazioni realistiche, sensate e sensibili e quindi veramente utili. Come, partendo da zero, o quali sarebbero, secondo te, alcuni parametri che le persone dovrebbero assolutamente misurare sia nel mondo online che nel mondo offline, prima di degenerare e poi ovviamente andare a migliorare poi anche il sistema?"

**Alessio:** "Allora, questo è verissimo, è uno dei temi principali dove si perde tanto, tantissimo tempo. Perché paradossalmente mentre sul mondo offline c'erano pochissimi dati con cui si poteva in qualche maniera interagire, oggi sul mondo digitale online ce ne sono troppi. Sono troppi dati, troppi numeri, non ci si capisce niente. E quindi ci vuole quello che definisco il discernimento (il discernimento è la capacità di riconoscere ciò che effettivamente ci serve da ciò che non serve a niente) e cominciare ad escludere.

Allora io, vedendo, insegnando Analytics nell'università, nelle business school, vedo che tutti partono sempre per la tangente in analisi che poi alla fine non portano a nessun obiettivo, cioè non portano da nessuna parte. Quindi, un po' come in queste riunioni incredibili dove parlano ore, ore e ore poi alla fine nessuno sa che cosa deve fare, sui dati il meccanismo è il medesimo. Quindi i KPI che sono quei report fondamentali, diciamo, quegli indicatori chiave devono essere chiari, precisi.

Che poi alla fine sono sempre gli stessi. Che se io penso ad un'attività economica, ovviamente, saranno tutti temi economici, no? Quindi fatturato, revenue, profitto, da dove arrivano, il ritorno dell'investimento, il costo di acquisizione, sono dei driver che alla fine per un'azienda che deve guadagnare (la maggior parte l'azienda deve farlo), se vuole sopravvivere, ovviamente occorre costantemente tenere sott'occhio."

**Davide:** “Ok, e invece sempre dei numeri che però non puntino a controllare il risultato ma puntino a controllare il processo, e quindi al migliorare il processo, tu ne parli e pensi che siano importanti anche questi, presumo, oppure, relativamente, quello che conta è il risultato?”

**Alessio:** “Allora, io il primo focus che metto sempre è il risultato e cerco di, come dire, far passare il concetto che l'acquisizione di maggiore consapevolezza (quella consapevolezza significa che cominci a comprendere che ci sono degli elementi che ti stanno intorno che non si muovono per caso ma perché tu sei colui che li genera), fa sì che tu puoi anche in qualche modo capire come metterti in gioco, come migliorare.

Il vero problema che io vedo è che ci sono una serie di persone che decidono di volersi migliorare e quindi si mettono in gioco, senza paura di essere giudicati, senza la paura in generale di rischiare, far stupidaggini o chissà cosa. Un'altra parte invece dice di voler cambiare, in realtà non lo vuol fare.

Allora io su questo sono un po' brutale, su questo, però su questo tipo secondo di persona non spendo né eresie, ci provo eh, provo sempre, però poi è anche corretto per il rispetto del libero arbitrio, così ecco viene fuori la mia parte zen. Non andare a cercare di fargli cambiare idea o fargli cambiare abitudine, se non vogliono.

Ci sono in realtà tantissime persone che si mettono in gioco e da sole, cioè gli vanno dati gli strumenti, ovviamente, propongono, suggeriscono perché alla fine le aziende vincono se hanno team che performano e che funzionano. L'azienda performante è composta da tanti team che performano. Secondo me poi è la regola che dobbiamo seguire tutti, no?

Quindi alla fine sta molto alla persona dare gli ingredienti, dare gli strumenti, poi il miglioramento è personale.”

**Davide:** “Un'altra diatriba che mi veniva in mente, che mi interessava mentre ne stavi parlando, che è sempre un po' l'eterna diatriba, quando le persone fanno parte di un team e il team deve portare dei risultati, a volte c'è, diciamo, non proprio la completa chiarezza se il risultato dipenda dalla persona all'interno della squadra, oppure dalla squadra nel suo complesso.”

20:12

C'è un'interazione molto forte, per cui da una parte c'è l'approccio anche delle persone che magari sono molto brave, che da una parte possono cercare di creare la squadra di trascinare la squadra, mentre le altre sono un po' più sedute e quindi vanno un po' a rimorchio. Ecco, quando tu definisci gli obiettivi e ovviamente anche i risultati collegati a questi tipi di obiettivi, magari metti in pista anche un sistema premiante nei confronti del team e nel confronto del singolo. Come, se ne hai fatti o se in funzione della tua esperienza, come è lecito e come è meglio bilanciare questi premi da individuale a collettivi in funzione del risultato?”

**Alessio:** “Beh, questa è una bella domanda. Io non è che ho una risposta precisa su questo. Dipende veramente a volte dal tipo di azienda, dal team, dal momento. Allora è ovvio che aziende piccole, snelle fino a dieci, quindici, venti persone, si gestisce facilmente, no? Facilmente fino a un certo punto perché niente è semplice quando si tocca le risorse umane, però diciamo è più controllabile, c'è una visione d'insieme.

Quando cominciano ad essere molte persone, ci sono dinamiche che sfuggono, non si riescono a vedere, sono sotterranee. E' ovvio che qua è molto legata alla mentalità che hanno le persone. La mentalità italiana è sempre di guardare quello che fa, che cosa fa la persona accanto.

Quindi *se lui lavora, se lui non lavora, ma io, ma lui* e buonanotte. E già noi lì perdiamo veramente tanta competitività. Non è un caso generale, ci sono ovviamente situazioni dove le persone invece creano dei team che definisco team che performano dove si innesca l'effetto centrifuga. Cioè, l'effetto centrifuga che cos'è? Dove c'è una sorta di centrifuga che gira, c'è chi si attacca perchè rimanere attaccato, perché ha la forza di rimanere attaccato, e c'è chi invece non riesce, si stacca.

Purtroppo sembra una visione molto cruda, ma le cose poi alla fine devono funzionare. Non per forza una persona che non funziona in un gruppo si stacca e non funziona in generale. Magari si trova meglio in altri posti. Ecco, la cosa importante secondo me è sempre l'umiltà, no? Cioè quello di dire *cosa so fare, cosa non so fare, cosa mi va di fare*, e non aver paura perché uno ha paura di perdere lo stipendio, piuttosto che...

Perché io preferisco non avere lo stipendio, ma essere libero e... poi alla fine qualcosa trovo, no? Cioè, invece sempre questa paura, però *se lo dico, se non lo dico, se lo misurano*. Perché purtroppo viviamo in un'area dove il terrorismo è il modo per governarci."

**Davide:** "Eh, sì. Eh, sì. Purtroppo assolutamente condivido questa cosa che stai dicendo. Senti, tornando proprio alla parte molto operativa, invece, abbiamo detto che fissi gli obiettivi sul tuo lavoro, hai degli strumenti anche per monitorarli in maniera molto, molto buona. Non ho capito molto bene, magari ho perso io la risposta. La pianificazione proprio operativa della tua settimana o della tua giornata, la fai costantemente, la fai alla mattina, la fai la sera, hai dei ritmi, dei rituali su questa cosa?"

**Alessio:** "Allora, eh... diciamo... Dipende un pochino dalle attività. Io metto sempre in discussione anche quello che faccio. Ultimamente quello che sto facendo è definire diciamo alla mattina. Io alla mattina subito porto i bambini a scuola, le mie procedure e poi mi metto immediatamente a definire le attività della giornata. Qual è per me l'obiettivo della giornata.

Ecco questo è importante, perché, definendo quelli che sono i miei KPI personali, se per assurdo riesco a chiuderli in quaranta minuti, per me la giornata è finita. Ora non è sempre così, eh. A volte, mi occorrono dodici ore, altre quaranta minuti. Però il tema è che mi fisso un obiettivo fondamentale per chiudere la giornata perché devo fare delle cose importanti.

Al solito cerco di togliermi, di lavorare sulle urgenze, no? Questo diciamo è l'abc, Vai a lavorare sull'urgenza altrimenti è tutto vanificato. E fare molta programmazione e soprattutto poi dare gli input alle persone. Io molto tempo lo passo a aiutare gli altri in qualche modo a cercare di migliorarsi. E quando aiuti gli altri a migliorarsi in realtà ti migliori anche te perché hai feedback costanti.

**Davide:** "Ok, ok, assolutamente. Senti, arriviamo ad una domanda un po' sibillina. Se trovassi un genio della lampada, ma genovese, che quindi ti desse solo un desiderio. Che cosa gli chiederesti da migliorare o per migliorare la tua gestione del tempo?"

25:08

**Alessio:** “Allora, qua sparo alto. Se ho un desiderio devo sparlo bene. Il mio tempo ovviamente come quello di tutti noi è legato dal sistema in cui viviamo, no? Quindi, purtroppo, abbiamo dei ritmi folli, abbiamo un approccio che è legato a un sistema che è complicato, burocratico. Io purtroppo stamani ho perso tantissimo tempo in burocrazia inutilmente.

Allora, se proprio dovessi esprimere un desiderio, io chiederei, so che è un po' utopico, però il concetto dell'abbondanza. Cioè, per me questa terra è, nasce sull'abbondanza. Banalmente, ieri coi miei figli che piantavamo nell'orto i semi, loro si chiedevano da dove nascevano le piante di pomodoro e le piante di peperoni. In realtà all'interno di ogni pomodoro ci sono tantissimi semi, no? Quindi da una pianta si può fare n-mila piante.

Quindi la natura abbonda e l'essere umano invece no. E quindi c'è qualcosa che non torna. Credo che ci sia proprio un problema di sistema, magari voluto. Quello che chiederei è abbondanza, abbondanza per tutti affinché le persone non devono lavorare perché devono sopravvivere, ma le persone lavorano su ciò che desiderano fare, su ciò che gli piace fare eh... in maniera, come dire, volontaria.

Io starei anche se avessi abbondanza e soldi per tutti, lavorerei comunque perché mi diverto a fare quello che faccio, magari con un tempo dedicato in maniera migliore, più attenta. Ho esagerato?”

**Davide:** “No, no, ci sta, ci sta. A volte penso che questo magari, soprattutto nella società moderna, vada in contrasto con la meritocrazia, o no?”

**Alessio:** “Io sono convinto che se uno non ha voglia, perché non ha voglia in questa vita, può stare tranquillamente a fare ciò che desidera. Io sono uno che anche se avessi tantissimo, lavorerei comunque perché mi piace, mi piace innovare, mi piace portare crescita e così via.

**Davide:** “Sì, sì quello anch'io. Di solito la fregatura delle persone come noi, soprattutto che lavorano su internet o su quello che piace perché a volte fai fatica, ti piace talmente tanto che arrivare a fare dodici, quattordici ore non ti pesa assolutamente”

**Alessio:** “Certamente”

**Davide:** “Ma torno un attimo al discorso più personale, che mi incuriosisce anche di più, per quello che riguarda l'aspetto familiare. Perché è difficile trovare imprenditori di successo, che hanno scritto due libri, no, di più nei hai fatti di libri, quattro, cinque ormai”

**Alessio:** “Sì, qualcosa, sì.”

**Davide:** “C'hai l'università, c'hai l'azienda e tutto, la moglie che già basta quella e ci metti pure quattro figli. Come cavolo fai?”

**Alessio:** “Beh, in realtà...”

**Davide:** “Ci si arriva? C'è un trucco nella cosa? Perché non è banale avere risultati in un campo e comunque avere tutto questo intorno?”

**Alessio:** “In realtà me ne sta arrivando anche un altro, eh. Quindi ad agosto ho il quinto figlio...”



**Davide:** "Ogni figlio fai un libro"

**Alessio:** "No, vabbè, dai. No, allora in realtà credo che sia tutto una questione di equilibrio. Quando uno trova l'equilibrio con se stesso, può andare secondo me sopra ogni limite che si è imposto, che gli è stato imposto dal sistema.

È ovvio che, l'altro tema importante è vivere il presente. Siamo abituati a vivere nel passato e chi vive nel passato vive nella paura. C'è chi vive nel futuro e chi vive nel futuro vive nell'ansia, quindi l'unica soluzione è vivere nel presente.

Il presente che ci da tante cose, no? Ce lo ricordiamo solo quando accadono cose brutte o vediamo cose molto brutte intorno a noi che dovremmo vivere maggiormente il presente. Però ce le dimentichiamo subito.

Quindi in realtà il trucco è vivere al presente, vivere sereni, cercare di fare quello che possiamo fare, dove arriviamo, arriviamo, non siamo super uomini, purtroppo, e l'importante è essere sereni, equilibrati con se stessi. Se uno è centrato..."

**Davide:** "Operativamente, traducendo proprio in azioni super pratiche questo essere sereni, vivere il presente, che cosa vuol dire?"

**Alessio:** "Ovviamente vai fuori dallo schema, quindi. Io ad esempio dico sempre la verità, è un problema sia che abbia un cliente (ovviamente le cose vanno dette in maniera carina senza essere scortesi- no?- però dire la verità, già ci fa risparmiare tempo, perché quando dico una bugia poi me la devo ricordare, consuma energia, poi però un po' mi macchio, e già si innesca un meccanismo.

Già vivere nella verità è uno spasso, dall'altra parte è essere anche comunque, come dire, vivere una vita più serena, più tranquilla. Non arrabbiarsi, non prendersi troppo sul serio, far scorrere le cose, no? Quello che dicevo prima dell'invia/ricevi, io ne conosco tanti. Non vivi sereno, tu devi stare tranquillo. È ovvio se c'è un problema, si affronta, si gestisce, ci sono le urgenze. Questo non vuol dire fregarsi di tutto. Però quel concetto mio del far scorrere, che a volte le cose si sistemano un po' da se"

30:09

Tu anticipando il problema, a volte lo crei il problema. Quindi ci vuole sempre l'equilibrio, la giusta visione, riuscire a capire cosa effettivamente serve. Ecco, se sentite i bambini che urlano..."

**Davide:** "Ho sentito qualcosa in sottofondo, sì, sì"

**Alessio:** "Ok"

**Davide:** "Che roba, incredibile. Senti, tornando invece al tuo libro che mi sembrava molto, molto interessante sulla web automation, ci vuoi raccontare in un paio di minuti o tre insomma, qualcosa di più per chi ci sta ascoltando e per chi ascolterà in diretta, al di là del link che ho girato, ma ho visto che c'è qualche problema nella chat per cui vedo che ci sono un po' di persone collegate ma non riesco a parlare con loro. Quindi vedremo poi di recuperarle tramite follow up"

**Alessio:** “Allora, no, diciamo il libro "Marketing automation", nasce dall'esperienza sui clienti, su aziende, banche, fundamentalmente sui miei progetti. Quello che oggi vediamo è che ci sono mille possibilità che si possono applicare. Solo Google e Facebook, ci vorrebbe veramente un'enciclopedia solo per riuscire a capire le cose che si possono fare.

Quello che manca è sempre il tempo. *Se avessi il tempo di ottimizzare le campagne, se avessi tempo di provare questa funzionalità...* Dall'altra parte oggi le aziende non si preoccupano troppo di, come dire, stare attenti alla maturazione del cliente.

Faccio un esempio banale: l'esempio che faccio sempre è su me stesso. Io oggi voglio capire se il fotovoltaico mi conviene oppure no. Quindi vado su internet, cerco fotovoltaico, pannelli solari e trovo tutta una serie di aziende che vogliono vendermi. Quindi, vogliono vendermi il fotovoltaico. Il problema è che ancora non ho né la conoscenza, né la consapevolezza per acquistare.

Quindi, il famoso customer journey che è il viaggio del cliente, cioè il viaggio che il cliente fa per acquisire conoscenza e capire e cominciare a comprendere chi sono gli attori e poi a quel punto farsi fare un'offerta, è proprio qua. Quindi io ho bisogno che qualcuno di questi mi spieghi: differenza tra fotovoltaico e solare, banalmente, piuttosto che i kilowatt, piuttosto che gli *incentivi sono sempre, conviene, non conviene, che succede?*

Allora come si fa? Si fa quell'attività che si chiama lead nurturing, cioè io non cerco di vendere subito immediatamente alla persona un prodotto che ancora lui non conosce, ma cerco di nutrirlo, cerco di informarlo perché oggi per vendere bisogna formare.”

**Davide:** “Quindi marketing educativo di fatto.”

**Alessio:** “Sì, esatto. Tecnicamente è content marketing, quindi –no?- marketing dei contenuti, dove io ho contenuti di qualità, come quelli che fai tu, si cerca di lavorare sul fidelizzare il cliente, fargli capire effettivamente cosa gli può servire, quando lui è maturo a quel punto provo a vendere.

Piuttosto che ad esempio sugli e-commerce: quanti hanno gli e-commerce? Il 70% dell'abbandono di un e-commerce è con l'oggetto nel carrello. Quindi, cosa succede? Che ogni cento persone settanta mettono l'oggetto nel carrello e poi escono. C'è chi a mano, scrive *ehi perché ho visto che hai messo mille Euro nel carrello, ma ti va di comprarle?*

E' ovvio che a mano non funziona, non ci sta. Quindi allora si automatizza, si automatizza in base a delle regole. Quindi se ha messo un oggetto da più di tot tempo, mandagli una mail, se apre la mail, fagli fare un certo tipo di operazione, fino ad arrivare magari in fondo e mandargli un coupon di sconto.

Tutti questi meccanismi di automazione fanno sì che non dedichiamo tempo a cose meccaniche che non riusciremmo a fare. E dall'altra, ovviamente, riusciamo a generare maggiormente business. Questo e tanti altri esempi sono...

**Davide:** “Quindi di fatto, scusami, alla base c'è sempre il ragionamento che fai tu in qualità di imprenditore, il che vuol dire, io se non avessi un computer, o se avessi il computer che uso soltanto come macchina per scrivere, che cosa farei a mano?”

Poi una volta che a mano ho definito il processo, ho definito l'abcd, il flusso di informazioni, il flusso di telefonate che dovrei fare, a questo punto prendo tutti gli ingredienti, li butto dentro nella macchina informatica e quella comincia a sfornare risultati per i fatti suoi. Però a monte serve sempre la persona intelligente che pensa il tutto ovviamente.”

**Alessio:** “Ovvio, diciamo che negli Stati Uniti che questa modalità è iper utilizzata, la chiamano la nuova rivoluzione industriale, perché mentre prima, banalmente, prima che arrivassero le catene di montaggio eravamo specializzati nel fare dei prodotti in maniera artigianale, arrivando la catena di montaggio, comunque l'industria, si è automatizzato dei processi.

E quindi le persone si sono specializzate nell'utilizzare le macchine. Il meccanismo è lo stesso con la differenza che qua oggi il problema è che nel panorama del digital marketing mancano figure, mancano figure professionali. Quindi si devono specializzare nel fare strategia.

Gli strumenti del marketing automation sono, esattamente come insegni tu, sono dei workflow dove io vado a scrivere esattamente la mia strategia e il software pensa ad attuarla”

35:04

**Davide:** “Ma ecco, alle persone che, siccome di internet marketing si parla tantissimo, ormai in Italia c'è il boom, sono diventati tutti internet marketer, che cosa manca in realtà a loro?”

**Alessio:** “Bah, non lo so, andrebbe visto caso per caso. Quello che vedo spesso... la praticità. C'è tanta teoria, ma poi in pratica, manca. Io la teoria, anche quando insegno all'università, non la racconto perché non la conosco. Io conosco solo la pratica perché mi sporco le mani, cerco di capire come funziona, mi metto lì, guardo e, banalmente, quello funziona lo racconto.

Perché credo anche nella distribuzione, nella condivisione dei contenuti, cioè, non è che se acquisisco una cosa me la tengo per me. Non ha senso, dobbiamo uscire da questa modalità. Altrimenti non si cresce mai.”

**Davide:** “Saremmo ancora alla ruota quadrata.”

**Alessio:** “Esattamente.”

**Davide:** “Ok, anch'io ho degli antifurti che partono ogni tanto qua vicino a me. Vedo che c'è la chat che è morta, purtroppo, Alessio. Non so per quale motivo, avevamo parlato così bene di Webinar Jam prima... ha deciso di non funzionare.

Quindi sicuramente manderò una mail a tutti quelli che erano collegati: c'erano circa quaranta e rotti persone e magari scrivevano tra di loro le chat, si rispondevano anche, ma noi non le vediamo, quindi... cercherò di capirne di più, se poi c'è disponibilità da parte tua, ok, ti inoltrò qualche, qualche domanda.

Io prima di lasciarvi tutti ai saluti, vi ricordo che settimana prossima (per una mia follia nella realtà organizzativa, probabilmente avevo un eccesso di onnipotenza quando l'ho fatto), ho predisposto ben cinque webinar, di cui quattro vanno dal lunedì al giovedì al solito orario, quindi dall'una e mezza alle due, due e un quarto e poi un secondo webinar lo avremo lunedì sera alle nove, perché saremo collegati

direttamente con Anna Ferrari che è una giornalista freelance che si occupa soprattutto di traduzioni dall'italiano all'inglese.

Siccome lei vive in America con un fuso orario di sette ore rispetto a qua, farla all'una voleva dire buttarla giù tipo alle cinque, alle quattro di mattina dal letto. Non mi sembrava molto elegante, per cui ci sentiremo con Anna alle nove di sera, sempre con gli stessi strumenti, dove lei ci racconterà come funziona la vita da freelance in America, rispetto alla situazione italiana, e come in un solo anno è riuscita a quadruplicare i suoi incassi, se possiamo dire incassi, nel mondo delle traduzioni, arrivando a lavorare, a essere chiamata addirittura per multinazionali del web.

Quindi, con Anna Ferrari ci troveremo lunedì alle nove di sera, mentre il primo appuntamento della settimana è sempre lunedì alle tredici e trenta. Avremo con noi Francesco Bersani, che si occupa da sempre di marketing per le agenzie immobiliari e ultimamente sta lavorando a un progetto altrettanto interessante sul marketing un po' più a trecentosessanta gradi.

Quindi i primi due loro, poi avremo Mary Tomasso martedì che ci insegnerà di nuovo, o meglio, approfondiremo il discorso sulle segretarie e assistenti virtuali, benefici sia per l'assistente virtuale che per il datore di lavoro. E poi mercoledì e giovedì avremo altri due webinar di cui parlerò prossimamente senza inoltrarci adesso nei dettagli.

Io vi aspetto quindi lunedì alle tredici e trenta con Francesco Bersani. Passo di nuovo la parola a te, Alessio, per un saluto veloce, sperando che nel frattempo ci sentano anche oltre che ci vedano e tutto"

**Alessio:** "Ok, grazie mille Davide. Mi ha fatto piacere portare la mia testimonianza, spero che possa essere stata interessante. Ovviamente per chiunque ha bisogno sono a disposizione, se vogliono scrivermi più che volentieri."

**Davide:** "Ecco rilasciati i tuoi, i tuoi... come dire, i tuoi contenuti, i tuoi link, ecco, non mi veniva la parola. Il libro dell'automation era quello del libro..."

**Alessio:** "Esatto."

**Davide:** "...e se loro ti cercano, ti trovano su?"

**Alessio:** "Alessio Semoli, da che parte mi trovano?"

**Davide:** "Sei come il prezzemolo, insomma."

**Alessio:** "LinkedIn, come volete."

**Davide:** "Va bene, allora, io ringrazio ancora da parte di tutti Alessio Semoli. Vi do appuntamento lunedì alle tredici e trenta. Da Davide Rampoldi di Tempo Super una buona, buona giornata e un buon weekend a tutti. Ciao!"

**Alessio:** "Ciao a tutti, ciao!"