

TIME MANAGEMENT



**PER TITOLARI DI
AGENZIA DI COMUNICAZIONE**

La gestione del tempo per l'imprenditore della comunicazione

Tanti anni fa avevo un problema, ma, come spesso capite, non me ne rendevo conto.

Subissato dagli impegni, poco focalizzato, giravo in una specie di ruota da criceto e non riuscivo a ottenere risultati importanti.

Clients ingestibili, casini con i collaboratori, mancanza di risorse (eh sì, di denaro in particolare).

Imputavo il problema a svariate cause, senza riuscire a trovare una soluzione definitiva.

A posteriori mi rendo conto che i problemi che affrontavo avevano una radice comune: la mia gestione del tempo, la risorsa più scarsa che abbiamo.

Ti faccio un esempio banale.

Da titolari di agenzia, in una giornata lavorativa possiamo fare tante cose: impaginare, controllare il lavoro dei nostri collaboratori, formarci, incontrare i clienti importanti, occuparci delle bollette, prendere nuovi clienti, lavorare sulla strategia della nostra agenzia... ma non possiamo fare tutto, abbiamo otto, dieci, dodici ore utili.

Moltiplica per venti-trenta giorni lavorativi di un mese, o i 2-300 di un anno.

Tanto tempo, vero? Eppure ci saranno cose che dovevi fare un mese o un anno fa e sono ancora lì.

Se non richiami i clienti, li perdi.

Se non ti occupi della strategia, la tua agenzia declina.

Se non ti occupi di te stesso, la tua energia viene meno.

Se non ti formi -e non formi le tue persone- rimanete indietro.

Allora il tempo non è tutto uguale, alcune ore valgono di più in funzione di come le impieghi.

In questo ebook cercherò di darti alcune indicazioni pratiche su come impiegare al meglio il tuo tempo, liberarlo e renderlo redditizio.

Che non vuol dire lavorare di più, ma lavorare meglio.

Gestire il tempo: la matrice Covey



Esiste uno strumento semplice ma potente per capire se stai usando il tuo tempo in maniera efficace: la matrice Covey, un metodo di time management.

Le persone "normali" pensano che la risorsa scarsa sia il denaro, se sei un po' più avanti capisci che il tempo è la risorsa davvero scarsa e preziosa di cui disponiamo.

Se oggi non fatturi la tua giornata, magari domani provi a sbatterti e fatturi il doppio, ma non puoi recuperare più di tanto. Insomma, le persone "di successo" - come evidenziato proprio da Covey- sanno usare molto bene il loro tempo, infatti sono disposti a spendere per averne di più a disposizione.

A differenza delle persone che scambiano il proprio tempo per denaro, questi utilizzano altre risorse, o riescono comunque a far fruttare il loro tempo in maniera anomala.

Come funziona questo strumento?

Sull'asse orizzontale trovi le attività più o meno importanti, su quello verticale quelle più o meno urgenti.

Quanto ti è chiara la differenza tra "importante" e "urgente"? Perché spesso vengono confuse, anni fa anche io avrei dovuto riflettere sulla differenza.

Le attività urgenti sono quelle che devi fare a causa di una pressione esterna: richiamare un cliente scontento, verificare che sia tutto ok per un evento, gestire un collaboratore incavolato.

Le emergenze e gli imprevisti possono capitare, ma se ci vivi dentro significa che non stai facendo le cose che ti eliminano le emergenze.

Le attività importanti, invece, sono quelle che cambiano la tua vita: la formazione, le relazioni con i grandi clienti, la strategia, la programmazione, la delega.

Questa è l'area dove cambi il tuo futuro, un'ora di lavoro qui te ne libera svariate tutti i mesi in futuro.

Vediamo i primi due quadranti, quelli più importanti per un imprenditore

Quadrante 1, importante e urgente

Tutte quelle azioni che vanno compiute al più presto e che non sono delegabili (scadenze prossime, telefonate riparatorie a clienti, problemi pressanti e da risolvere con urgenza, programmi in scadenza o già scaduti).

Se la maggior parte della tua giornata è concentrata nel quadrante 1, hai difficoltà a gestire il tempo e sono gli impegni a gestire te. L'unica maniera per uscire da questa situazione è lavorare sul quadrante 2, ogni volta che ti capita un'emergenza devi pensare: "cosa potevo fare a livello di processo o di delega perché non ci fosse questo casino?"

Quadrante 2, importante ma non urgente

È il quadrante relativo alle azioni importanti (ma non urgenti), come progetti a medio/lungo termine, miglioramento personale, strategie,

formazione tua e del tuo staff.

Se lavori con costanza e intelligenza in questa area puoi ridurre pesantemente le urgenze di primo quadrante.

Qui è dove “vivono” gli imprenditori di successo.

Gli altri due quadranti non li commento nemmeno che non ti servono ;)

ESERCIZIO

Prendi il tuo calendario dell'ultimo mese (spero che ti segni appuntamenti e impegni...), stampa la matrice e comincia a segnare quali attività e quante ore hai dedicato ad ognuno dei quadranti

Ora prendi il calendario del prossimo mese e vedi se è necessario eliminare qualche attività inutile, tentare di delegarla, o ancora se devi inserire una nuova attività “importante ma non urgente” come la vendita, il marketing o la strategia.

Importante vs urgente: il “costo della non qualità”

Immagina che i tuoi collaboratori stiano impaginando il *company profile* di una multinazionale.

Nella tua testa fila tutto liscia ma... la lettera del presidente è rimasta in lorem ipsum!

Se te ne accorgi mentre stai impaginando, o con un controllo qualità, il costo della gestione è decisamente basso, diciamo un paio d'ore di lavoro/uomo? Mediamente 50 euro di costo “industriale”.

Ma... se te ne accorgi dopo averlo stampato il costo sale, magari parliamo di svariate migliaia di euro.

Fa male, ma sopravvivi.

E se arrivasse così al cliente e, ancora peggio, in mano a giornalisti e stakeholder?!

Il disastro.

Il cliente si incazza, ovviamente lo perdi.

Se si sparge la voce, non prendi più un cliente in quel giro.

Per il danno di immagine il cliente finisce per chiederti i danni.

Un danno enorme, potrebbe costarti l'agenzia.

Tutto questo per quanto, due ore di controllo qualità che a te costano 50 euro?

Quindi qual è il senso del costo della non qualità? Gli errori si propagano e più tardi vengono intercettati, maggiore è il loro costo.

Controlli e procedure stanno in Quadrante 2.

La media delle cinque persone che frequenti di più...

Jim Rohn -imprenditore, autore e speaker motivazionale statunitense- diceva che siamo la media delle cinque persone che frequentiamo di più.

Che cosa ha questo a che fare con la gestione del tempo?

La prima considerazione è che, per avere successo, dovresti frequentare persone di successo.

Perché queste persone usano il tempo in modo diverso dalle persone "normali".

Ma non solo. Se voglio perdere peso, ad esempio, non posso frequentare gente che passa il tempo al bar a bere o a guardare Netflix sul divano con un barattolo di gelato in braccio.

Le persone che mi stanno vicino influenzano il mio uso del tempo e le mie abitudini, pensaci.

E' così per i partner, i familiari e i collaboratori.

E qui tocchiamo un tasto dolente di tante agenzie di comunicazione.

Il socio che ragiona come un dipendente, junior da gestire, persone che ti dicono che "non si può fare": quanto influenzano il tuo uso del tempo? Non lo sfruttano al meglio, lo consumano.

Impara a circondarti di persone entusiaste, che risolvono i problemi invece che crearli o riportarteli, che ti esortano e incoraggiano invece che zavorrarti.

ESERCIZIO

Scrivi un elenco di tutte le persone che frequenti maggiormente: come ti fa sentire ognuno di loro?

Ora scrivi un elenco delle persone, tra chi conosci anche solo di vista, che ammiri e che ti dà la carica: puoi iniziare a frequentarli più spesso?

Il project management, Sacro Graal della gestione d'agenzia

Nelle agenzie italiane una funzione sottostimata è quella del project management.

Ma cosa è il project management? E' la gestione efficace e profittevole delle risorse interne dell'agenzia.

Spesso questa funzione viene confusa con l'accounting.

Certo, dialogare con il cliente e organizzare i suoi materiali è utile anche a te, ma con un'azienda strutturata non dovresti averne bisogno.

Come dicevo, troppe agenzie ancora non hanno questa funzione e molte -ancora peggio- lasciano la funzione organizzativa in mano al titolare.

E' un funzione importante, fondamentale, ma paradossalmente genera poco valore, soprattutto se se ne incarica un imprenditore subissato di lavoro che finisce per fare il collo di bottiglia.

Come iniziare il PM se hai ancora una piccola agenzia?

Prendi la persona più organizzata dell'agenzia, che abbia anche capacità di vendita -perché un PM capace è una specie di venditore verso i proprio colleghi- e falla studiare.

Ma studiare cosa? Il PM che funziona nelle agenzie è l'Agile, più funzionale ai nostri processi rispetto al tradizionale "waterfall" (a cascata).

Nei prossimi mesi lancerò un ebook sul project management in agenzia, intanto puoi guardare uno dei miei webinar o acquistare il libro Agile Marketing di Paolo Errico.

Scegli gli strumenti giusti

Il project management si basa su tre pilastri: persone, metodi e strumenti.

Nel capitolo precedente abbiamo parlato di persone e, in parte, di metodi, adesso voglio parlarti di quello su cui si fa più casino nelle agenzie -e nelle imprese-, gli strumenti software.

Nella mia agenzia per un po' di tempo abbiamo utilizzato Asana, forse lo avrai sentito nominare, tool di project management (quando completavi un task partiva l'unicorno, solo quello valeva il costo dell'abbonamento :)

Bellissimo strumento, ma fuorviante

Perché nella tua testa se le voci sono flaggate il lavoro è stato fatto, ma non è necessariamente vero

Così un giorno lo abbiamo abbandonato a favore di foglioni di carta e pennarelli colorati

Questi fogli li riempivamo con tutte le attività settimanali del team, colorate secondo uno schema che ci eravamo dati (brief, work, rework etc, secondo una rimodellazione del modello ITIL)

Man mano che la settimana procedeva, cancellavamo e riscrivevamo con altri colori nel nostro codice quasi segreto

(Alla fine della settimana il calendario sembrava un quadro astratto ;)

La cosa bella è che, dopo due mesi, questi fogli hanno cominciato a dirci delle cose: alcuni processi non funzionavano, alcune persone non erano forti in certe attività e qualche cliente faceva più confusione del dovuto

A quel punto, forti della nuova consapevolezza, siamo tornati a utilizzare i software per organizzarci (e non più con Asana)

Quindi qual è lo strumento migliore per organizzare la tua agenzia? La testa ;)

L'arma segreta dell'imprenditore: la delega

Come fai a moltiplicare il tuo tempo? Fai fare le cose agli altri!

Certo, non puoi delegare qualunque cosa, anzi, ma già piccole cose le puoi passare a persone che paghi per liberare tempo dalle attività che non ti portano valore e poterti dedicare a quello che farà la differenza.

Prova a immaginare di aver delegato due-tre ore di attività che esegui personalmente ogni giorno... è come se ti si liberasse un giorno alla settimana!

Come si fa una delega fatta bene?

Devi avere molto chiaro che cosa si vuole delegare.

Devi trovare la persona giusta, non siamo tutti uguali e ognuno di noi ha aree per cui è portato e aree in cui proprio non ce la fa.

(Un piccolo trucco: anche noi imprenditori siamo così, anche se ci crediamo superman: sapere in che cosa sei forte e in che cosa sei scarsino ti aiuterà a scegliere i collaboratori che ti supportano dove hai meno abilità)

La persona che sceglierai deve desiderare di ottenere il risultato di quella delega, va fatto capire lo "scopo" dell'attività: la delega del marketing non è fare le campagne, ma portare a casa clienti a target.

Devi affiancare la persona fino a che non diventa indipendente, sincerandoti che capisca fino in fondo che cosa deve ottenere, lo "metta nei muscoli" - troppe volte si vede sbolognare i compiti con dieci minuti di spiegazione, per poi lamentarsi che le persone non fanno quello che chiedi.

Devi dare parametri oggettivi di valutazione del risultato, se no rimarremo preda del "secondo me".

Devi celebrare le prime vittorie del tuo collaboratore, in modo che si senta a suo agio e prenda via via confidenza con compiti sempre più complessi.

Il passaggio successivo alla delega? Manuali e procedure!

L'evoluzione della delega è la manualizzazione della delega. Per iscritto.

In realtà è un'attività leggermente differente, perché nei manuali all'inizio vanno a finire le attività relativamente semplici e ripetitive, prima di tutto operative, per creare uno standard che tutti dovranno rispettare.

Mai capitato che su una landing si dimentichino i pixel del marketing o le statistiche?

Hai visto lanciare siti senza un controllo del SEO, con le immagini nominate a cavolo, senza *title*, senza un controllo standard su come viene visto sui motori di ricerca?

Ecco, ti verrà da dire "ma come fate a dimenticarvi 'ste cose?!", ed è giusto che tu te lo chieda.

I manuali sono una risorsa enorme, puoi migliorare la qualità del lavoro d'agenzia, attivare clienti e progetti secondo uno standard senza ritrovarti che mancano dei pezzi a metà del lavoro, puoi acquisire nuovi collaboratori più velocemente e con standard qualitativi più alti, o meno errori.

ESERCIZIO

Come creare un manuale, o una procedura?

Se non lo hai mai fatto, comincia con un elenco delle attività più frequenti (emissione di fatture, preventivi, time tracking, setup di siti etc) ed individua quelle più semplici

Non è sempre necessario che sia tu a creare le procedure, anzi

Prendi la persona che normalmente si occupa di quell'attività e fai compilare su un file testo le risposte a queste domande:

- quel è lo scopo di questa attività

- quali sono i parametri standard di qualità (più oggettivi possibile)
- quali sono i tempi standard di produzione
- da chi arrivano le informazioni, chi deve farlo e a chi va consegnato il risultato finale
- di quali informazioni ho bisogno di prima di partire
- errori/problemi tipici che possono capitare

Allega se necessario una checklist di controllo

Basta un foglio A4, soprattutto all'inizio le prime procedure devono essere semplici e brevi

In molti casi va benissimo anche un video, che potrai utilizzare per la formazione di nuovi collaboratori o addirittura per farci marketing sui clienti.

Come far crescere miei collaboratori?

Far crescere delle persone in un'agenzia di comunicazione è particolarmente complicato: nel nostro lavoro ci sono le competenze -che spesso guardiamo per prime-, ci sono le attitudini -e spesso finiamo per prendere quelli che "sai, ha un po' il suo carattere ma è davvero bravo"- e, per finire, c'è la sensibilità, soprattutto se operi in ambito più creativo.

Quindi come faccio a far crescere le mie risorse? Innanzitutto ti consiglio di ingaggiare persone entusiaste e cariche piuttosto che tecnici musoni (quelli che io chiamo i "trascinapiedi"), i primi è molto più facile farli crescere perché si mettono in discussione e hanno voglia di imparare cose nuove.

Perché fidati, avere persone che spingono invece che gente che devi trascinarli dietro farà tutta la differenza del mondo.

Qui qualche consiglio per alcune attività che ho applicato con successo in agenzia.

[MINI]

Una delle attività che più ha fatto crescere il mio team è stata la formazione continua: un'ora alla settimana su tematiche diversissime, le cosiddette "soft skills".

Perché ti parlo di soft skills? Perché probabilmente tu, da imprenditore, sei curioso e vuoi imparare mille cose diverse, perché le ritieni funzionali al tuo business.

Ma un dipendente?

Raro che voglia imparare altro che non sia usare i programmi che già usa, figurati se vuole perdere il suo tempo in cose come la vendita, la negoziazione, la PNL o altre competenze ancora sofisticate ed "esoteriche"...

Personalmente investo due/tre giorni al mese nella formazione -oltre a migliaia di euro- e non mi aspetto che i miei collaboratori facciano lo stesso.

Ma posso ottenere un effetto pazzesco se, ogni volta che faccio un corso, lo “liofilizzo” in una formazione di un’ora che tengo una volta a settimana, di solito il lunedì mattina, che abbiamo chiamato [MINI].

Io metto a terra le competenze che ho acquisito e il mio team si porta a casa, nell’arco di un anno, almeno 40 ore di formazione sulle tematiche più diverse.

Domande di “coaching “

Le “domande di coaching” sono quelle domande aperte che riorientano il pensiero del tuo interlocutore.

In questo modo aiuti i collaboratori a usare il cervello, invece che sostituirti a loro nell’esecuzione (che magari fa bene al tuo ego, ma ammazza la loro voglia di fare).

Domande tipiche sono “in quale altra maniera potresti fare questa cosa?”, “Che cosa pensi che si aspetti di vedere il cliente alla prima presentazione?”, “Quali altri stili grafici puoi applicare a questo format?”

Si tratta di domande aperte che fanno usare il cervello al tuo collaboratore, gli impongono di valutare le alternative e lo obbligano ad evolvere.

Standup meeting

Lo standup meeting è una procedura che proviene dall’Agile, il metodo di project management di cui ti ho parlato in altri punti dell’ebook.

Si tratta di una cosa molto semplice, ogni mattina con il tuo team fai un aggiornamento su questi punti:

- che cosa ho fatto ieri/negli ultimi giorni
- che cosa devo fare oggi/nei prossimi giorni
- dove potrei avere bisogno di un supporto dagli altri membri dell’agenzia.

Questo aggiornamento deve svolgersi molto velocemente, considera un minuto a persona.

In questa maniera tutto il team rimane aggiornato sulle attività di ogni membro, difficilmente scapperanno consegne o nasceranno casini

Stop alla “sindrome del passeggero”

Se lavori in ufficio con i tuoi collaboratori, ti sarà capitato che ti bussassero alla porta una, due, tre... centordici volte.

Delle volte capita anche al telefono o in video.

Senza stare a spiegare perché si è arrivati a una cosa del genere (delle volte è colpa tua, sappilo), comincia imponendo una finestra temporale per le richieste, ad esempio 30 minuti dalle 9 e 30 dalle 14.

In questa maniera saranno obbligati a cominciare a usare la loro testa, soprattutto se le indicazioni che darai loro saranno in forma di “domande di coaching”.

Caccia ai fantasmi

Questa è una grande idea che mi ha raccontato un amico-collega, Maurizio.

Lui periodicamente riapre tutti i lavori degli ultimi mesi -in particolare quelli online, tipo siti internet- e li riguarda assieme al suo team.

L'intento è quello di ricontrollare i lavori fatti, guardando se per le competenze di momento -o perché di corsa- si è lasciato indietro qualcosa.

Interlinea, coordinamento dei colori, allineamenti, rispetto della gabbia... e si rimette a posto quello che non va bene.

Bomba! Le persone che hanno fatto il lavoro sono ormai estraniare dall'esecuzione, quindi sono più lucide e lo vedono più oggettivamente.

Di fatto li stai educando alla “sensibilità” -tema complicatissimo nel nostro mestiere- sui loro stessi lavori.

Crea una routine

Le routine hanno un grande potere.

C'è chi si alza alle cinque di mattina per lavorare tranquillo con la mente fresca (io non riesco, di solito mi alzo alle 6.30)

C'è chi programma il proprio calendario con mesi di anticipo.

C'è chi medita, chi fa sport, chi programma il calendario maniacalmente.

Quello che faccio io, molto semplicemente, è avere una routine quotidiana e settimanale abbastanza semplice.

Inizio la giornata abbastanza presto, come ti dicevo, alle 6.30.

Leggo un po' di news, poi esercizi vari, poi colazione con frutta, doccia e via al lavoro.

Alle 9 -se non ho consulenze- prendo un caffè virtuale con i miei collaboratori e ci aggiorniamo velocemente sui temi della giornata, un po' in modalità Agile, un po' ridendo e scherzando.

A metà mattina e metà pomeriggio, quando sono a casa, faccio qualche esercizio o una breve meditazione (non sono molto forte in 'sta cosa).

Prima di cena faccio una mezz'oretta di tapis roulant, se riesco sostituisco con la piscina.

Pranzo leggero (proteine e verdura), la sera cena superleggera, no carboidrati e zero alcol in settimana (fino a venerdì, quando mi apro una bottiglia di rosso ;)

Non sono un fissato della dieta, ma mi sono reso conto che l'alimentazione influenza la qualità del sonno e le prestazioni in generale, se sei uno che riesce a mangiare lasagne e tiramisù bevendo grappa a fine pasto tutti giorni, senza patirne, buon per te ;)

Dopo pranzo, se riesco, 15 minuti di *powernap* (microsonno).

La sera controllo attività e obiettivi del giorno dopo, così il cervello si

“programma” a lavorare più velocemente.

Lunedì e martedì sono dedicati alla gestione dei vari team (agenzia e consulenti di Strategia), formazione mia e dei miei collaboratori, numeri, vendite, marketing e creazione di contenuti.

Da mercoledì a venerdì li dedico alla consulenza ai clienti, ogni tanto faccio anche del new business (ma sto delegando quasi completamente anche quella parte).

Sabato mattina lavoro sulla programmazione dei miei obiettivi di vita, di medio e lungo periodo.

Programmo anche azioni di breve o medio periodo in funzione degli obiettivi di lungo periodo (ad esempio formare un tot di consulenti, lanciare un nuovo prodotto, individuare potenziali alleati da incontrare).

La domenica sera preparo la formazione per il mio team e programmo attività e obiettivi per la settimana.

Eh sì, perché ogni settimana cerco di portare a termine un'azione che mi avvicini ai miei obiettivi di lungo periodo.

La mia settimana scorre sempre perfettamente liscia? Non sempre, ma spesso.

Poche emergenze, spesso gestite velocemente assieme al mio team, senza grosse ricadute.

Organizzazione e efficacia personale

Di recente il mio team ha fatto una consulenza ad una persona che sostiene di “alzarsi e decidere che cosa fare”. Affascinante, ma non credo sia tanto funzionale.

Come gestisci la tua to-do list? Magari hai già un metodo, in caso contrario ti racconto un paio di trucchi della mia organizzazione.

To-do list

Uso le note di Apple su Mac, iPhone e iPad, uno strumento semplice ma che trovo molto potente.

Lì sopra ho creato una to-do list che periodicamente ripulisco e mi aiuta a fare un mucchio di cose in brevissimo tempo.

Calendario

Uso il Calendar per impostare appuntamenti, consulenze e attività varie (anche da solo), in modo da poter fare un’analisi ex post in caso di necessità.

O avere un alibi, casomai mi servisse ;)

Ricaricati

Hai qualcosa che ti ricarica, ti aiuta a star meglio? Meditare, abbracciare alberi, andare in bici, ascoltare metal?

Programma anche queste attività nella tua routine, avrai molto più energia e subirai meno lo stress.

Mindset

Qui potremmo scrivere un libro (e ne hanno scritti...).

Che cosa pensi sia vero e giusto? Che cosa pensi che possano fare le tue persone, che cosa possano pagare i clienti? Pensi che lì fuori ci sia una crisi mostruosa o opportunità ad ogni angolo? Credi nel profondo di meritarti ciò che ottieni e desideri?

Perché quello che pensi (se agisci nella maniera corretta), si avvera.

Metè, scopi e obiettivi

“Se non hai un piano per la tua vita, eseguirai il piano di qualcun altro” dice un motto negli ambienti della crescita personale

Hai un tuo grande progetto? Vuoi arrivare a fatturare qualcosina o desideri cambiare il mondo degli ecommerce B2B e portare centinaia di aziende all'estero?

Vedi come cambia la prospettiva?

Ma anche i tuoi progetti di vita: “vuoi davvero morire con un mouse in mano?” mi chiese un amico statunitense ricco tanti anni fa. Ci ho messo anni a capirne il senso.

Se hai un grande progetto ti alzi la mattina e non vedi l'ora di cominciare, attrai collaboratori in gamba -raramente dei mercenari-, così come clienti con una visione e raramente opportunisti.

Qual è la tua grande meta?

ESERCIZIO

Definisci i tuoi obiettivi da raggiungere, oggettivi, misurabili e ben definiti nel tempo, metti proprio la data per ciascuno.

Metti per iscritto, nel dettaglio e al presente come stai vivendo, cosa provi, cosa ti ha portato a questi risultati, come hanno modificato la tua vita.

Scrivi perché li vuoi raggiungere, cosa vuoi ottenere ma anche che cosa vuoi eliminare o da che cosa vuoi allontanarti.

Descrivi che riflessi hanno nelle altre sfere della tua vita, se ad esempio un obiettivo di guadagno personale ti regala più tempo libero per la famiglia.

Ora definisci degli step intermedi, o delle boe che ti segnalino che sei nella direzione giusta.

Ad esempio, se l'obiettivo è a tre anni, scrivi quali sono gli step intermedi anno per anno e, nel primo anno, scrivi cosa devi ottenere con una scansione più dettagliata, che può arrivare fino al mensile.

Ultimo passaggio, compila un elenco di azioni, persone, risorse che ti servono per arrivare alla tua meta, o situazioni, blocchi e compromessi che devi eliminare.

Seleziona le prime tre cose che sbloccano l'attività, che puoi già portare a termine oggi o nelle prossime settimane e agisci.

Man mano che porti a termine delle azioni "abilitanti" cancellale e mettile in pista altre tre.

Riguarda questo schema almeno una volta alla settimana -se ti è possibile appendilo tipo in uno studio o in un angolo di casa- e chiediti ogni giorno che cosa puoi fare per andare in questa direzione, se nella tua giornata farai qualcosa che ti è utile.

Puoi anche prendere lo schema degli obiettivi e trasformarlo in una "life board", dove inserisci parole chiave e immagini, ad esempio la foto dell'auto che desideri, della casa, di come ti immagini, il tutto su un bel tabellone ben in vista, ma che non deve diventare un pezzo di arredamento, quindi ogni tanto riprendilo in mano e aggiornalo (tieni invece separata l'elenco delle azioni abilitanti).

Conclusione

Nella gestione del tempo non si finisce mai di imparare.

Quello che ho notato è anche che, quando si “sale di livello”, c'è un momento in cui aumenta la confusione e devi cambiare abitudini, se vuoi che le cose non cambino.

Prendi i capitoli e gli esercizi in questo libro e applicali finché non diventano un'abitudine, poi adattali alle tue esigenze.

Individua la tue priorità (denaro, amici, famiglia) e costruisci il tuo presente e futuro, per come li desideri.

Pronto per far crescere la tua Agenzia?



**strategieperagenzie.net/
agency_def_ordina-la-tua-copia**

**Ordina ora Agenzia_def, il manuale operativo
della tua agenzia di comunicazione**

**180 pagine di istruzioni, schemi, metodi per
organizzare e far prosperare la tua agenzia**

Grazie!



Rimaniamo in contatto!

Scrivimi a **stefano@stretegieperagenzie.com**

oppure unisciti alla community sul **gruppo Facebook:**
www.facebook.com/groups/StrategiePerAgenzie/



Cosa dicono di Strategie per Agenzie

"E' tra i migliori corsi che ho seguito in questi anni, ti permette di portare tantissimo valore in agenzia trasmettendoti da subito un metodo efficace da mettere subito al lavoro, lo consiglio!"

Stefano Ferrè, Circle



"Il programma mi ha incuriosito subito. Unico. Mai sentito di altri corsi specifici per la gestione dell'agenzia, delle relazioni fra persone del team, strategie, numeri e trucchi che vengono, evidentemente, dall'esperienza vissuta in prima persona, non dalla teoria. Sto crescendo. Grazie S*A!"

Lorenzo Visci, MeP



"S*A è stato una grande scoperta! Un percorso specifico ma allo stesso tempo tocca tutti gli argomenti veri della vita d'agenzia. Stefano e il suo team stanno facendo un lavoro fantastico! Finalmente un percorso di formazione che sta portando un valore reale e tangibile alla mia realtà! TOP"

Andrea Amaglio, A2 Lab



"...e poi ti comunico che oggi ho applicato alla lettera i concetti della vendita in digitale e ho venduto un sito + processo di raccolta testimonianze ad un cliente via Skype"

Simone Puliafito, Taeda Communication