

[https://www.ilsole24ore.com/art/i-valori-che-caratterizzano-aziende-e-14-principi-che-guidano-amazon-AE2CDLH?refresh\\_ce=1](https://www.ilsole24ore.com/art/i-valori-che-caratterizzano-aziende-e-14-principi-che-guidano-amazon-AE2CDLH?refresh_ce=1)

Management Formazione

In evidenza In edicola Fiume di denaro: inchieste Podcast Lab24: i visual 24+ Abbonati Accedi

REPUTAZIONE E RESPONSABILITÀ

## I valori che caratterizzano le aziende e i 14 principi che guidano Amazon

Avere un approccio schietto e trasparente aiuta i manager a mantenere la rotta, anche in un momento complesso come quello che stiamo vivendo ora

di Francesca Contardi \*  
23 luglio 2021



4 letture

Recentemente ho avuto il piacere di moderare un evento a cui hanno partecipato alcuni manager e abbiamo parlato del **14 principi che guidano Amazon** e che, nel corso degli anni, hanno contribuito a costruire la reputazione dell'azienda e hanno fidelizzato milioni di clienti in tutto il mondo. Sono 14 elementi ed il primo è certamente quello che colpisce di più: la chiamano "customer obsession" che in italiano si traduce come passione per il cliente.

## **I valori che caratterizzano le aziende e i 14 principi che guidano Amazon**

*Avere un approccio schietto e trasparente aiuta i manager a mantenere la rotta, anche in un momento complesso come quello che stiamo vivendo ora*

*di Francesca Contardi \**

Recentemente ho avuto il piacere di moderare un evento a cui hanno partecipato alcuni manager e abbiamo parlato del **14 principi che guidano Amazon** e che, nel corso degli anni, hanno contribuito a costruire la reputazione dell'azienda e hanno fidelizzato milioni di clienti in tutto il mondo. Sono 14 elementi ed il primo è certamente quello che colpisce di più: la chiamano "customer obsession" che in italiano si traduce come passione per il cliente.

Il concetto in inglese rende decisamente di più: significa che l'azienda, e coloro che ci lavorano, **non solo mettono al centro i clienti, ma hanno quasi una fissazione (positiva) nei loro confronti.** Tutti noi conosciamo Amazon, la vastità dei prodotti che possiamo comprare sull'e-commerce, la rapidità delle consegne e l'efficienza del servizio clienti quando dobbiamo fare un reso o abbiamo qualche problema. Per loro Client First non è soltanto uno slogan, dobbiamo ammetterlo.

Un altro aspetto interessante, poi, è legato al principio di responsabilità che spinge i manager a considerare l'azienda come propria. Chi guida un team deve pensare costantemente al futuro e deve cercare di non sacrificare il valore di lungo termine per i risultati immediati. Secondo Amazon, i manager devono agire per conto dell'intera azienda, non solo del proprio team. Non esiste la frase "non è una mia responsabilità". Questo dovrebbe essere un elemento che vale in ogni realtà, dalla più grande alla più piccola: **chi si trova a gestire risorse dovrebbe lavorare con un senso di generosità e dovrebbe ricoprire un ruolo anche simbolico di collegamento e integrazione.**

Il terzo principio è legato, invece, a "inventare & semplificare". Creare cose nuove, dunque, ma soprattutto - quando possibile - rendere tutto (o quasi) facile. Il successivo è legato all'aver ragione: secondo Amazon, i leader dovrebbero sempre stare nel giusto. Chi si trova a capo di un gruppo di persone deve avere grande capacità di leggere le situazioni e avere forti intuizioni. Nello stesso tempo, deve cercare di capire se queste intuizioni siano corrette e, in caso contrario, rimettersi in discussione. Si tratta di elementi che difficilmente si riescono a valutare in fase di colloquio, ma è una capacità da non sottovalutare, anche se visibile solo dopo qualche tempo.

Proseguendo nell'analisi, troviamo poi "imparare ed essere curiosi": soprattutto in un momento particolare come quello attuale, ricco di cambiamenti spesso repentini, imparare ed essere curiosi sono due elementi che per molte aziende sono indispensabili per la crescita professionale. I leader non possono non essere aggiornati sugli ultimi trend, tool o argomenti e non possono non dedicare una parte del loro tempo alla formazione. Chi resta indietro, non dimentichiamolo, viene inevitabilmente superato.

A questo si lega "assumere e far crescere i migliori": è fondamentale non solo individuare i talenti migliori in fase di assunzione, ma soprattutto saperli far crescere all'interno dell'azienda. Ricordiamoci che spesso le persone cambiano lavoro perché non hanno la sensazione di poter crescere e che perdere una risorsa ha un costo (anche economico) spesso elevato.

"Insistere sugli standard più elevati" è il settimo principio che guida le azioni di Amazon e che ci riporta al punto uno: il cliente è sempre al centro di ogni attività (scelta dei prodotti, consegna, post vendita e così via). L'ottavo è, invece, "pensare in grande": sul sito italiano, l'azienda afferma che pensare in piccolo è una profezia che si auto-avvera. Dare continui stimoli ai team affinché raggiungano gli obiettivi e, soprattutto, persino fuori dagli schemi è cruciale per il successo di un'impresa. Attenzione, però, a non esagerare perché c'è il rischio di bruciarsi le ali come Icaro.

A questo si lega anche il principio successivo "propensione all'azione": agire rapidamente e concretamente è determinante, molto spesso, per la sopravvivenza stessa del business. Il decimo principio invece è legato alla frugalità, ossia all'ottenere di più con meno. Avere risorse limitate può anche alimentare l'intraprendenza, l'autosufficienza e la creatività. In Amazon l'aumento degli organici, dei budget o delle spese fisse non sono elementi di cui vantarsi.

"Conquistare la fiducia" e "andare in profondità" sono i due principi successivi: con l'arrivo del Covid-19 e con l'aumento del lavoro da remoto, tutti i manager hanno dovuto lavorare molto per

conquistare maggiore fiducia da parte dei propri colleghi e/o collaboratori e hanno dovuto affinare le loro capacità di ascolto a distanza. Questo significa, anche, non dare nulla per scontato, nemmeno nelle attività che spesso sono considerate banali.

Ai manager viene chiesto, poi, di "avere carattere" e di essere sempre pronti ad un confronto interno costruttivo, senza avere timore di esprimere dissenso quando non si concorda con alcune decisioni aziendali. Mai accettare compromessi.

L'ultimo principio è legato, infine, al raggiungimento dei risultati. Ogni manager è chiamato a portare risultati nonostante le difficoltà o la situazione in cui ci si trova. Amazon, lo sappiamo, è un'azienda enorme ed è molto difficile raggiungere i suoi risultati. Ma i principi che abbiamo letto possono davvero valere per tutte le società, indipendentemente dal business e dalle dimensioni. Avere un approccio schietto e trasparente aiuta tutte le risorse ad avere un quadro completo dei valori, a rispettare le aspettative e ad avere una serie di elementi di valutazione delle proprie performance utili nella crescita professionale, soprattutto in questo momento caratterizzato da grande incertezza.

\* *Managing Director di EasyHunters*