

LEGGERE PER CRESCERE

Trova il tuo perché di Simon Sinek - recensione

di **Francesca Lucente** - Bookblogger & Copywriter

Partire dal perché è uno dei cinque libri scritti da **Simon Sinek**. Imprenditore e consulente di aziende di qualsiasi dimensione, dalla piccola realtà sino a Microsoft, il Pentagono e l'ONU. Quando si parla di **TED Talks**, non possiamo non nominare Sinek. Il suo *speech* sulla teoria del *Golden Circle* è infatti nella classifica dei primi venti TED più scaricati al mondo.

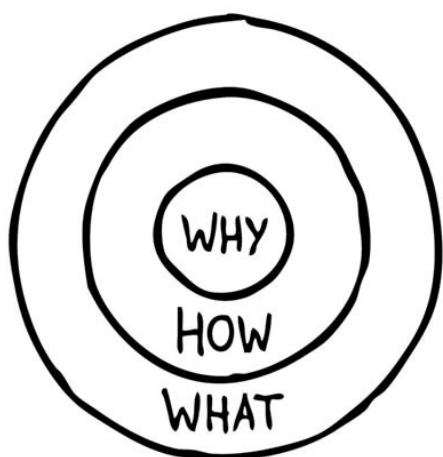
Questo è difatti il tema centrale della trama di **Partire dal perché**: comprendere a fondo quale dei tre valori concentrici del **cerchio d'oro** ci permetta di ispirare le persone grazie al nostro perché o a quello della nostra società.

Mi sono sempre chiesta se questo talento fosse innato o se come sostiene **Seth Godin** ne "La pratica" si possa allenare il muscolo della creatività e quindi le nostre abilità e competenze. O se fosse unicamente indispensabile nascere portando il nome di **Steve Jobs**. Alcune persone usano questa tecnica senza nemmeno sapere che esiste. Altre imparano a manipolare, altre anelano ad essere quel leader capace di **ispirare**.

La variabile in gioco non è di poco conto: è la fedeltà del cliente. Più che di *repetitive customers* si parla proprio di veri e propri *fan* del nostro *brand*.

Potrà sembrarti un ragionamento abbastanza retorico così come forse abbastanza familiare. La differenza sta nell'applicare e far proprio il fine di voler partire dal nostro perché ed arrivare a quello delle altre persone affinché i nostri e i loro valori matchino.

Ottenere la fedeltà del cliente quand'essa è legata alla paura, non procurerà un risultato a lungo termine.



Il **Golden Circle**, spiega Simon Sinek, è simboleggiato da tre cerchi concentrici che rappresentano ciascuno il diverso livello decisionale delle persone, in base alla struttura ed al **funzionamento del cervello**:

1. “Cosa” è il cerchio più esterno;
2. “Come” è quello intermedio, contenuto nel Cosa;
3. “Perché” è il cerchio più piccolo, interno ai primi due ossia il nucleo.

A dirla tutta, spesso capita di leggere pagine di “Chi siamo” tutte pressoché uguali. Si tratta di una **mucca viola** o una delle qualsiasi mucche marroni?

Il modo, tuttavia, in cui i potenziali clienti scelgono non è solo razionale attraverso la **corteccia cerebrale** che è responsabile per l'appunto dei nostri pensieri razionali ed analitici e del linguaggio. In tal senso, interiorizziamo il Cosa e il Come, cercando di ordinare le informazioni acquisite per ritenerle utili piuttosto che prioritarie. Facciamo un'analisi, in sostanza.

Quando un *leader* ci comunica il suo perché, entra in contatto con il nostro **sistema limbico**, capace di influenzare quelle che chiamiamo le **decisioni d'istinto** o di pancia. Simon Sinek racchiude proprio in questo concetto il **ruolo di un leader**: ispirare.

“I grandi leader sanno ispirare le persone all'azione.

*Essere capaci di ispirare significa dare agli altri uno scopo o un senso di appartenenza
che non ha nulla a che fare con incentivi esterni o vantaggi da conquistare”.*

