

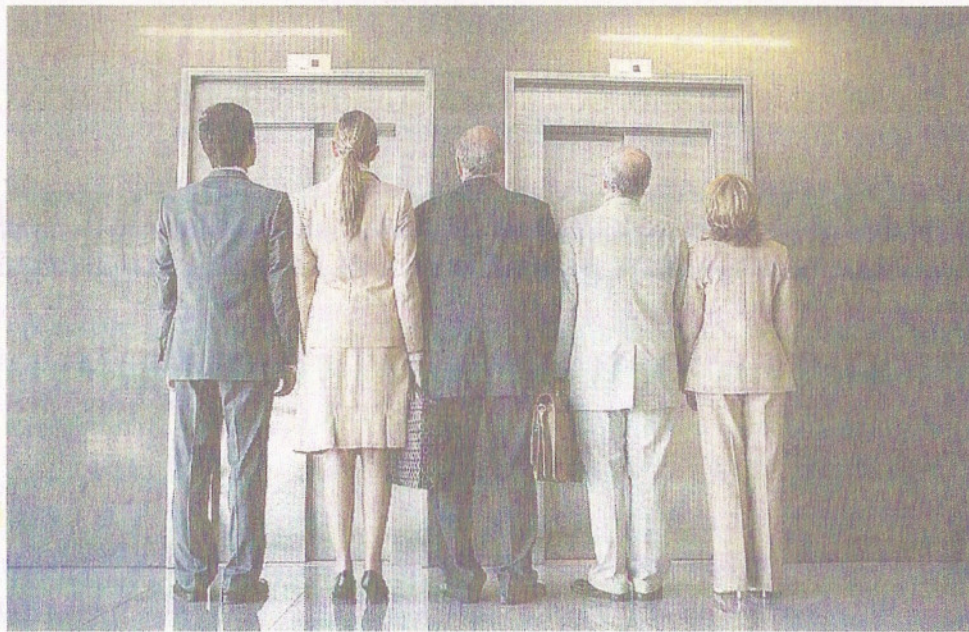
## Risorse umane Prospettive

**La strategia** Professionisti «prestati» per qualche mese su progetti e interventi mirati

# Il manager? Si può noleggiare

## Le proposte di società specializzate per le piccole imprese

Un manager a domicilio. La crisi ha imposto alle aziende nuove strategie competitive. Non è più tempo di sprechi e anche le assunzioni sono molto più ragionate di un tempo. Ma se anziché assumere una nuova figura professionale, la si prendesse a «noleggio» da una società di consulenza? È l'idea che sta prendendo piede in ambito Pmi. Come conferma **SalesMaker**, che nel varesotto ha cominciato a proporre questa soluzione: «manager a domicilio» come speciali tutor che affiancano l'azienda per il periodo necessario a impostare la gestione del lavoro, lasciandola poi libera di camminare sulle proprie gambe. «Ci siamo accorti che l'esigenza delle piccole medie imprese è completamente diversa da quella delle grandi aziende — spiega Barbara Moreno, responsabile marketing di **SalesMaker** — e quindi abbiamo pensato a un servizio appositamente per loro. Attraverso un team di professionisti nel campo del marketing, progettiamo



con loro un intervento preciso e puntuale, consentendo nell'arco di pochi mesi di andare avanti da soli».

L'intervento del manager a noleggio, variabile a seconda dei casi, occupa comunque un periodo non inferiore ai

### L'alternativa

L'altra possibilità rispetto al percorso standard delle assunzioni

sei mesi e può spaziare in diversi ambiti: dal marketing al controllo di gestione fino allo sviluppo dell'area vendite.

E quello di **SalesMaker** non è l'unico esempio di interventi manageriali d'emergenza. Stessa cosa succede nello Stu-

dio Landi & Partners, che da circa un anno propone la stessa soluzione ai suoi clienti del comasco e dell'alto milanese, che sembrano apprezzare. «Lavoriamo nella consulenza di direzione da tantissimi anni — spiega Andrea Landi, amministratore della società — e ci siamo accorti che nelle Pmi serviva qualcuno che presidesse delle aree importanti. L'imprenditore, specialmente se della vecchia generazione, è più legato al prodotto e molto spesso trascura alcune funzioni fondamentali. Qui generalmente entriamo in gioco noi: arriviamo, formiamo e andiamo via». Con un intervento di «chirurgia» che viene studiato anche nei piccoli dettagli. «Cerchiamo prima di capire bene gli obiettivi dell'azienda, in che ambito lavora, qual è la sua missione — aggiunge Landi —, e poi impostiamo gli obiettivi a breve termine».

**Corinna De Cesare**