



L'imprenditore dell'eccellenza

di Raul Alvarez

Marcello Mancini

Ha passione e competenza, visione e strategia. Per lui la formazione è una cosa seria, un motore di cambiamento, ma è anche spettacolo e divertimento. Con Performance Strategies ha ideato il Forum delle Eccellenze, uno dei format più originali e stimolanti che, non a caso, si ispira al Circle du Soleil.

Quarant'anni, marchigiano, nato a Fermo città d'arte. Dell'arte ha assorbito la fascinazione, tanto che da ragazzo sognava di diventare attore di teatro. Oggi Marcello Mancini si occupa di formazione. Ma del 'richiamo delle scene' ha conservato lo spirito, tanto che i suoi eventi riescono a trasmettere contenuti di alta qualità in un clima di forti emozioni, un mix non scontato in questo genere di attività. Nel 2010 ha creato Performance Strategies, una società di formazione fra le più vivaci fra quelle presenti nel nostro Paese. Riesce a portare sul palco personaggi con approcci agli antipodi, ma che stimolano il diversity thinking. Alleggerisce le conferenze con momenti ludici, di forte impatto emotivo invitando mentalisti, comici, cantanti lirici, come non si vede in nessun altro evento di questo tipo. Con Performance Strategies è entrato in un settore maturo, in uno dei periodi più difficili per il mercato, dove la prima cosa ad essere tagliata è proprio la formazione. Ma allora chi è Marcello Mancini, un giocatore d'azzardo o un imprenditore visionario? Proviamo a scoprirlo.

MK: *Come nasce il self made man Marcello Mancini e come è arrivato a occuparsi di formazione?*

Marcello Mancini: Vengo da una famiglia semplice che ci teneva a proseguire gli studi. Io non ho voluto saperne. Sognavo di diventare attore e musicista. Per mantenermi ho cominciato a lavorare in fabbrica. Poi sono entrato in un importante network commerciale dove mi sono occupato di vendita. Lì ho scoperto il mio talento per le relazioni con i clienti. Dopo qualche tempo mi è stato chiesto di selezionare i venditori e, successivamente, di formarli. Non avevo esperienza in merito, l'ho acquisita sul campo portando in aula quanto avevo appreso nei tanti colloqui di selezione e di affiancamento ai venditori che avevo condotto negli anni. I miei corsi ottennero un tale successo che i titolari dell'azienda mi chiesero di mettere su una società di formazione aperta anche al pubblico esterno. E così è nata Performance Strategies. Era il 2008. Dopo aver realizzato diversi corsi ho capito che quella era la mia vocazione e ho pensato di mettermi in proprio. Nel 2010 ho aperto la mia società conservando il brand Performance Strategies

che avevo creato. A settembre 2010 è iniziata la mia nuova vita da imprenditore.

MK: *Qual è stato lo start up di Performance Strategies?*

Marcello Mancini: Ho aperto un piccolo ufficio con un dipendente. Io giravo per l'Italia organizzando dei road show per presentare la prima edizione del Forum delle Eccellenze che si sarebbe svolto a Roma nel 2011. Quanto ai keynote speaker ho fatto di necessità virtù mettendo a frutto le mie conoscenze. Conclusione, 600 partecipanti, di cui 500 portati da me.

è addetto all'amministrazione. Uno cura il Corporate e uno la segreteria organizzativa. L'obiettivo ora è automatizzare alcuni processi per dedicare più tempo al marketing.

MK: *Cosa comporta pensare a lungo termine?*

Marcello Mancini: Significa continuare a costruire valore per il cliente offrendogli qualcosa in più che lui non ti ha chiesto, ma che tu sai lo gradirà. Ad esempio, al Forum invito tenori, comici, maghi, professionisti il pubblico non se l'aspetta poiché sono lì solo per ascoltare i relatori. Questi fuori programma sorprendo-

“ Per me la formazione non è una pillola motivazionale o un fuoco d'artificio che abbaglia pur non lasciando niente dentro. È motore di cambiamento. È stile, eleganza, leggerezza, profondità. ”

MK: *Considerato che in Italia il mercato della formazione e degli eventi formativi è saturo come ha pensato di differenziarsi?*

Marcello Mancini: Per me la formazione non è 'una pillola motivazionale' o un fuoco d'artificio che abbaglia senza lasciare niente dentro. È motore di cambiamento. È stile, eleganza, leggerezza, profondità.

MK: *Come si è organizzato come società e quali ostacoli ha dovuto superare?*

Marcello Mancini: Anzitutto ho fatto mio il principio: non negoziare mai l'oggi per il domani, pensa a lungo termine, investi sul futuro. All'inizio c'era chi voleva entrare in società e mi ha fatto delle offerte economiche allettanti. Ma ho saputo dire di no per mantenere la mia autonomia. Quanto all'organizzazione, ho continuato a investire. Ho assunto un'altra impiegata e degli addetti all'area commerciale. Oggi ho nove collaboratori fissi. Uno si occupa del marketing. Cinque del commerciale. Uno

no, piacciono e danno un tocco di eleganza e vivacità all'evento. Altro investimento, la personalizzazione del materiale didattico (i fascicoli consegnati all'inizio dell'evento sono personalizzati con il nome del partecipante) e così anche i posti a sedere. O le mappe mentali (elaborate in diretta da Matteo Salvo, massimo esperto in Italia di mappe, certificato dal suo ideatore, Tony Buzan) proiettate a fine intervento che aiutano a ricordare i punti salienti dello speech. Tutte iniziative che hanno un costo. Ma per me è un investimento.

MK: *In cosa consiste la tua strategia imprenditoriale?*

Marcello Mancini: Fin dall'inizio ho deciso di non vendere i miei corsi, perché allora quelli che oggi sono miei clienti sarebbero diventati competitor. Inoltre, in pochi anni avrei esaurito la mia offerta formativa. Ho preferito portare in Italia i migliori nel loro campo. In questo modo, non entro in com-



petizione con i formatori e i coach che frequentano i miei eventi, anzi offro loro un'occasione di arricchimento professionale. Altra strategia, il pormi come organizzatore anziché come docente, mi ha permesso di essere sopra le parti, di non schierarmi mai con una o l'altra scuola di pensiero e di poter vedere le cose dall'alto, con il distacco necessario per realizzare il meglio per l'uditorio, anziché il meglio per me.

MK: *Come avviene la scelta dei temi e dei keynote speaker?*

Marcello Mancini: Non partiamo mai dai relatori o dai temi, ma dai bisogni del pubblico. Al termine di ogni evento avviamo customer satisfaction online e sondaggi telefonici. Intercettiamo le ricorsività delle richieste, solo allora inizia la ricerca dei relatori che possano meglio rispondere ai desiderata del pubblico. I criteri di scelta sono: il relatore deve essere il numero uno nella sua materia. Alla qualità dei contenuti deve affiancarsi l'abilità nel saperli trasmettere a una grande platea. Infine c'è il lavoro di taratura dell'oratore sull'uditorio, di questo me ne occupo io stesso.

MK: *Oggi la parola d'ordine per le aziende è innovazione continua. Lei su quali innovazioni punta?*

Marcello Mancini: Quest'anno abbiamo creato una App che consente ai partecipanti di fare domande ai relatori e ricevere risposte in tempo reale, e una App per scaricare le slide dell'evento sullo smartphone. Una web tv per i clienti attraverso la quale mettiamo a disposizione strumenti a supporto della formazione. Infine abbiamo realizzato *Performance Magazine*, rivista che fornisce strumenti di cultura e formazione 'fuori dall'aula' e che inviamo a 5mila destinatari mirati.

MK: *Chi è il target prevalente dei suoi eventi? E quale il target cui punta in prospettiva?*

Marcello Mancini: Target iniziale era l'area commerciale, liberi professionisti e alcuni imprenditori. Oggi abbiamo in prevalenza di quadri e dirigenti di Piccole e Medie Imprese. E alcuni imprenditori. Ora stiamo puntando a coinvolgere CEO e dirigenti.

MK: *Quali doti occorrono e che tipo di staff per portare avanti con successo questa attività?*

Marcello Mancini: Occorrono passione e talento, a prescindere dal ruolo, e competenze specifiche. Il mio responsabile eventi è un ingegnere. L'ho scelto perché nell'organizzazione di un evento impegnativo come questo occorre precisione, determinazione, visione d'insieme, aspetti propri della struttura mentale di un ingegnere. Quanto al leader, il mio compito è circondarmi di persone valide che riescano a sentirsi titolari dell'azienda. Questo ha molto a che fare con la delega. Ma poiché spesso l'imprenditore ama la sua azienda tende a delegare solo ciò che non gli piace e tiene per sé ciò che gli piace. Il problema nasce quando quello che piace a lui è lo stesso che piace ai collaboratori. Allora ci sono due possibilità: o crei un turnover o fai squadra con loro e dandogli un po' della gloria che vorresti tenere per te.

MK: *Quale consiglio darebbe a chi voglia intraprendere oggi un'attività come la sua?*

Marcello Mancini: La prima cosa da fare è, non fare. Cercare semmai di capire il mestiere, girarsi intorno, andare all'estero, riuscire a capire cosa vogliamo veramente. Quando la mission personale coincide col proprio modello di business allora sei la persona più fortunata al mondo. Spesso si finisce per fare business, ma non quello che ci appassiona. A volta facciamo quello che ci appassiona, ma alla gente non piace oppure non serve al mercato. Quando ciò che ti

1. Lo speech di un relatore durante uno degli eventi organizzati da Performance Strategies.
2. La sala gremita durante una sessione del Forum delle Eccellenze.

piace coincide con ciò che serve agli altri hai fatto bingo.

MK: *Quali sono le maggiori soddisfazioni che ha avuto dalla sua azienda?*

Marcello Mancini: Primo, riuscire ad avere un gruppo di collaboratori di cui essere orgoglioso. Secondo, aver mantenuto la promessa di non essere troppo dentro ai processi. Vivo in azienda un giorno la settimana e negli altri i miei collaboratori sono indipendenti. Meno si è dentro l'azienda, più si riesce a vederla in modo oggettivo. Terzo, avere un pubblico che ha grandi aspettative ed è fidelizzato. Quarto, aver creato un'azienda che in breve tempo è entrata nella mente di molte persone come mi riconoscono anche molti addetti al settore.

MK: *Sogni nel cassetto?*

Marcello Mancini: Da ragazzo volevo fare l'attore. Nella seconda fase della mia vita sono diventato art director di una delle maggiori discoteche degli anni 90. Poi c'è stato il terzo passaggio, quello di addetto alle vendite a guida di centinaia di venditori. Performance strategies è una sintesi di tutto questo: organizzazione di grandi eventi, capacità commerciale. L'interazione di più mondi (studiosi e artisti insieme). Qual è l'anello mancante? La mia musa ispiratrice è Le Circle du Soleil, che ha un modello di business accattivante: sono produttori di emozioni. Il mio sogno nel cassetto è riuscire a creare un format di formazione-spettacolo di un forte impatto emotivo perché noi apprendiamo di più quando siamo emozionati. Immagino un teatro, un road show con artisti insieme a formatori, una festa della conoscenza e del divertimento. ■

