

ANTEPRIMA GRATUITA

Se non sai dove vuoi andare arriverai da un'altra parte

Guida pratica per la corretta definizione di un obiettivo di successo.



Luca Saccagno — il Semplificatore · Challenge Intelligence Model®

Di cosa parla

Dai buoni propositi a progetti che funzionano davvero. Un metodo chiaro per capire **da dove stai guardando** la tua situazione e trasformare un desiderio in un risultato: cosa, come, quanto ed entro quando. Per persone, atleti e organizzazioni.

«Non chi promette tutte le risposte, ma chi ti aiuta a farti le domande giuste.»

— dalla prefazione di Tommaso Morelato, Founder & CEO di Toscana Divino

Il percorso, parte per parte

Parte 1 Premesse al lavoro sugli obiettivi

Parte 2 Perché vedi quello che vuoi vedere *(l'estratto che stai leggendo)*

Parte 3 La definizione del Progetto-Obiettivo

Parte 4 La definizione dei contenuti del progetto

Parte 5 Le dimensioni del Progetto-Obiettivo

Parte 6 Quando il tempo diventa tuo alleato

Parte 7 Mettere nero su bianco

Parte 8 Il sistema di controllo qualità

Parte 9 Il punto di arrivo che diventa partenza

Nelle prossime pagine trovi l'estratto integrale della **Parte 2**.

Perché vedi quello che vuoi vedere

La storia di due manager e dello stesso identico problema

L'anno scorso ho lavorato con due manager di aziende diverse che avevano lo stesso identico problema: il fatturato era calato del 15% rispetto all'anno precedente.

Marco, il primo, mi ha detto: "È colpa del mercato. I clienti non spendono più, la concorrenza fa prezzi impossibili, e il nostro settore è in crisi. Dobbiamo resistere e aspettare che passi."

Giulia, la seconda, mi ha raccontato: "È un'opportunità incredibile. Mentre i nostri concorrenti si nascondono, noi possiamo conquistare nuovi clienti offrendo più valore. Il mercato si sta trasformando e noi dobbiamo essere i primi a capire come."

Stesso problema, stessa situazione, due realtà completamente diverse.

Chi aveva ragione? Entrambi. E nessuno.

Non esiste LA realtà, esistono LE realtà

Ecco una cosa che ho imparato in vent'anni di lavoro: non esiste una realtà oggettiva là fuori che aspetta di essere scoperta. Esistono tante realtà quante sono le persone che le osservano.

Non è filosofia new age, è pratica quotidiana.

Ogni volta che osservi una situazione, la interpreti attraverso i tuoi filtri: le tue esperienze passate, i tuoi valori, le tue paure, le tue aspettative. È inevitabile, e succede a tutti.

Il problema? Quasi nessuno se ne rende conto.

Marco vedeva crisi perché aveva sempre affrontato i problemi aspettando che si risolvessero da soli. Giulia vedeva opportunità perché aveva sempre trasformato le difficoltà in vantaggi competitivi.

Stessa situazione, filtri diversi, realtà diverse.

Il ladro, il poliziotto e la lezione più importante

Ti racconto un esempio che uso spesso nei miei corsi.

Immagina di assistere a un furto. C'è un ladro che ruba e un poliziotto che lo arresta. Quante realtà vedi?

Il ladro pensa: "Il sistema mi ha abbandonato; rubare è l'unica strada per sopravvivere. Questo poliziotto difende un sistema ingiusto."

Il poliziotto pensa: "La legge è uguale per tutti, esistono modi legali per vivere. Questo ladro ha violato le regole e deve pagare."

Tu che osservi pensi... cosa pensi? Dipende.

Se hai avuto un'infanzia difficile, forse proverai compassione per il ladro. Se hai subito un furto di recente, starai dalla parte del poliziotto. Se lavori nella sicurezza, vedrai procedure da migliorare. Se sei un giornalista, vedrai una storia da raccontare.

Stessa scena, filtri diversi, realtà diverse.

Ma ecco la cosa più importante: ognuno ha ragione dal suo punto di vista.

Perché questo ti frega quando scegli gli obiettivi

Ora arriviamo al punto che ci interessa: cosa c'entra tutto questo con i tuoi obiettivi?

C'entra eccome. Perché i tuoi obiettivi nascono da come interpreti la tua situazione attuale.

Se Marco vede solo crisi, che obiettivi si darà? "Resistere", "tagliare i costi", "aspettare tempi migliori". Obiettivi difensivi, di sopravvivenza.

Se Giulia vede opportunità, che obiettivi si darà? "Conquistare il 20% di nuovi clienti", "lanciare il nuovo servizio entro marzo", "diventare leader di settore". Obiettivi offensivi, di crescita.

Chi avrà più successo? Non è difficile da indovinare.

Il punto è che entrambi partono dalla stessa situazione reale. Ma la leggono in modo completamente diverso, e questo determina obiettivi completamente diversi.

I filtri che ti ingannano

Tutti abbiamo dei filtri mentali. Il problema è quando questi filtri ci fanno vedere cose che non esistono o ci nascondono opportunità evidenti.

I filtri più comuni che rovinano gli obiettivi:

Il filtro del "già visto": "Abbiamo già provato, non ha funzionato." Ma forse la situazione ora è diversa.

Il filtro della paura: "È troppo rischioso." Ma spesso il rischio vero è non fare nulla.

Il filtro del controllo: "Non posso controllare tutto." Vero, ma puoi controllare molto più di quello che pensi.

Il filtro della fretta: "Non c'è tempo per analizzare." E così prendi decisioni sbagliate che ti fanno perdere ancora più tempo.

Il filtro del "come si è sempre fatto": "Nel nostro settore funziona così." Finché qualcuno non cambia le regole.

Riconosci qualcuno di questi filtri? Tutti li abbiamo.

Come vedere più chiaramente

La buona notizia? Una volta che sai di avere questi filtri, puoi fare qualcosa.

Primo: Fermati e chiediti: "Sto vedendo la situazione com'è o come la voglio vedere?"

Secondo: Prova a guardare dal punto di vista di qualcun altro. Se fossi il tuo miglior concorrente, cosa penseresti di questa situazione?

Terzo: Distingui i fatti dalle interpretazioni. "Il fatturato è calato del 15%" è un fatto. "Il mercato è in crisi" è un'interpretazione.

Quarto: Chiediti sempre: "Cosa non sto vedendo?" Spesso le opportunità migliori sono nascoste nei punti ciechi.

Non si tratta di vedere "la realtà vera" (che non esiste). Si tratta di vedere in modo più utile per i tuoi obiettivi.

L'antica saggezza del cacciatore

I nostri antenati cacciatori erano maestri in questo. Non si perdevano in analisi infinite su "quanta selvaggina c'era nel bosco" o "se la stagione era buona o cattiva".

Si concentravano solo su quello che potevano controllare:

- Dove piazzare le trappole
- Come nasconderle al meglio
- Quando controllare i risultati
- Come migliorare la tecnica

Non sprecavano energie su cose fuori dal loro controllo. Vedevano la loro realtà in modo funzionale ai loro obiettivi.

Noi invece ci perdiamo in mille analisi su cose che non possiamo cambiare, e poi non abbiamo più energia per quelle che possiamo.

La lezione per i tuoi obiettivi

Ecco quello che conta davvero: il modo in cui interpreti la tua situazione determina il tipo di obiettivi che ti dai.

Se vedi problemi, ti darai obiettivi difensivi. Se vedi opportunità, ti darai obiettivi offensivi. Se vedi confusione, ti darai obiettivi vaghi. Se vedi chiarezza, ti darai obiettivi precisi.

Non si tratta di essere ottimisti o pessimisti. Si tratta di essere funzionali.

La domanda giusta non è: "Qual è la realtà vera?"

La domanda giusta è: "Quale modo di vedere questa situazione mi aiuta a raggiungere quello che voglio?"

Quando la visione diventa tossica

A volte però la tua interpretazione della realtà è così distorta che ti impedisce completamente di definire obiettivi sensati.

Succede quando:

- Hai troppe variabili in testa e non riesci a decidere niente
- Sei così lontano da te stesso che non sai più cosa vuoi veramente
- Stai ancora usando strategie del passato per problemi del presente
- Ti sei convinto che "tanto non dipende da me"

In questi casi non è questione di cambiare obiettivi. È questione di cambiare punto di vista.

E questo è esattamente quello che vedremo nel prossimo capitolo: come pulire gli occhiali e vedere con più chiarezza.

Perché una volta che vedi bene, scegliere gli obiettivi giusti diventa naturale.

Ti riconosci in qualcuna di queste situazioni?

Ti è piaciuto? Prenota il libro

Prenotandolo ora ricevi anche il **Tool PRO** (valore 39€) e le **tavole a colori** (valore 20€).

19€ — spedizione inclusa (Italia). Consegna entro il 30 ottobre 2026.

[Prenota la tua copia →](#)

Vuoi restare aggiornato sull'uscita? Iscriviti alla newsletter su lucasaccagno.it.