



Alan O'Neill

AUTORE

Un programma di trasformazione che non modifica i comportamenti non è una vera trasformazione. La maggior parte delle organizzazioni se ne rende conto solo dopo il lancio, quando gli indicatori non registrano alcun miglioramento e riemergono le stesse resistenze. Il divario tra ciò che decide la leadership e ciò che i clienti vivono concretamente è quasi sempre un problema culturale.

Alan O'Neill è un consulente, relatore e autore che aiuta le organizzazioni a comprendere perché la cultura aziendale e l'esperienza del cliente costituiscono un'unica leva commerciale, e a sviluppare la capacità di attuare cambiamenti strutturati per sfruttarle congiuntamente.

Alan O'Neill di 2026 Biografia

Perché le aziende scelgono di lavorare con Alan O'Neill

- Il "7-Steps to Profit" è un framework proprietario sviluppato nell'ambito di un incarico di consulenza pluriennale presso Selfridges, dove l'utile annuale è cresciuto da 45 a 200 milioni di sterline. Il pubblico esce con un percorso strutturato che può applicare alla propria organizzazione, non con una serie di principi da interpretare.
- La sua tesi centrale, secondo cui la cultura e l'esperienza del cliente costituiscono un unico meccanismo commerciale, e non iniziative parallele di risorse umane e marketing, offre ai consigli di amministrazione una nuova prospettiva su una decisione che solitamente prendono in modo compartimentato.
- In qualità di amministratore delegato di Kara Change Management, attinge contenuti da incarichi attivi con clienti nei settori della vendita al dettaglio, dell'ospitalità, dei beni di largo consumo, dei servizi finanziari e del settore pubblico. Il materiale è attuale, non d'archivio.
- Tre libri pubblicati (*Premium Is the New Black*, *Culture Matters*, *Show Me the Lid on the Box*) offrono alle organizzazioni un corpus strutturato di lavoro su cui continuare dopo un intervento: il pensiero non inizia e finisce nella sala riunioni.
- Columnist aziendale regolare per il Sunday Independent e Gulf Business, i suoi modelli vengono continuamente testati in situazioni commerciali reali in diversi settori e aree geografiche.

Punti salienti della biografia

- Fondatore e amministratore delegato di Kara Change Management
- Ideatore del modello "7-Steps to Profit"; implementato in diverse organizzazioni clienti, tra cui Selfridges, Toyota, Intel, Primark, Moët Hennessy, Dubai Duty Free, Getty Images e le Nazioni Unite

DISPONIBILE PER

- Coinvolgimento dopo cena
- Partecipazione a panel
- Relatori

TEMI DI CONVERSAZIONE DI ALAN

- Esperienza del cliente e marketing
- Gestione del cambiamento
- Leadership basata sui valori
- Strategia e crescita aziendale
- Trasformazione culturale

LINGUA: Inglese

- Autore di tre libri: "*Premium Is the New Black*", "*Culture Matters*" e "*Show Me the Lid on the Box*"
- Editorialista di economia per Sunday Independent (Irlanda) e Gulf Business
- Amministratore non esecutivo in diversi settori in Europa e Medio Oriente
- Oltre 30 anni di esperienza nella consulenza in settori quali vendita al dettaglio, ospitalità, beni di largo consumo, servizi finanziari, produzione e organizzazioni del settore pubblico in tutta l'area EMEA

Biografia

L'utile annuale di Selfridges è cresciuto da 45 a 200 milioni di sterline nel corso di diversi anni di trasformazione strutturata, e l'azienda ha continuato a vincere numerosi premi come "Miglior grande magazzino del mondo". Il quadro di consulenza alla base di quel percorso, i 7 passi verso il profitto di Alan O'Neill, è ciò per cui le organizzazioni ora lo invitano a condividere la sua esperienza.

Il "7-Steps to Profit" si basa su un'argomentazione specifica: cultura, esperienza del cliente e performance commerciale non sono flussi di lavoro paralleli, ma un unico sistema interdipendente. La cultura non è lo sfondo della strategia, ma il meccanismo di attuazione. O'Neill ha formalizzato questo pensiero in tre libri: "*Premium Is the New Black*" affronta l'esperienza del cliente come elemento di differenziazione competitiva; "*Culture Matters*" definisce i quattro valori (centralità del cliente, rispetto, responsabilità e agilità) che sono alla base di una cultura ad alte prestazioni; "*Show Me the Lid on the Box*" fornisce un quadro di riferimento per guidare il cambiamento con una resistenza ridotta.

In qualità di amministratore delegato di Kara Change Management, ha applicato questo quadro di riferimento a organizzazioni nei settori della vendita al dettaglio, dell'ospitalità, dei beni di largo consumo, dei servizi finanziari e del settore pubblico, da Toyota e Intel a Dubai Duty Free e alle Nazioni Unite. La storia di Selfridges è facilmente trasferibile: l'argomentazione strutturale che illustra è rilevante tanto per un'azienda di servizi B2B o un'istituzione pubblica quanto lo è per un grande magazzino.

O'Neill continua a esercitare la professione di consulente attivo e amministratore non esecutivo. Scrive regolarmente commenti di attualità economica per il Sunday Independent e Gulf Business, mantenendo i suoi modelli in dialogo diretto con le sfide commerciali che le organizzazioni stanno attualmente affrontando.

Argomenti principali delle conferenze

- Gestione del cambiamento e trasformazione organizzativa
- La cultura come strategia commerciale
- Esperienza del cliente ed eccellenza del servizio
- I 7 passi verso il profitto
- Posizionamento del marchio premium e tutela dei margini
- Leadership guidata dai valori
- La reinvenzione del retail e il futuro del negozio fisico

Ideale per

- Amministratori delegati e team dirigenziali senior che gestiscono una trasformazione culturale parallelamente a un cambiamento

commerciale o strategico

- Chief Customer Officer e Chief Marketing Officer che cercano di integrare un approccio incentrato sul cliente in tutta l'organizzazione
- Direttori delle risorse umane (CHRO) e responsabili delle risorse umane che progettano programmi culturali direttamente collegati alle prestazioni aziendali
- Conferenze per dirigenti nei settori della vendita al dettaglio, dell'ospitalità, dei beni di consumo e dei servizi finanziari

Risultati per il pubblico

- Una comprensione pratica del modello "7-Steps to Profit" e di come applicarne la logica al proprio contesto organizzativo
- Una ridefinizione della cultura e dell'esperienza del cliente come un'unica leva commerciale, non come priorità funzionali separate
- Esempi concreti tratti dall'impegno con Selfridges e da altre organizzazioni clienti citate che mostrano come il framework operi in condizioni reali
- Maggiore chiarezza su dove si origina tipicamente la resistenza al cambiamento e su come approcci strutturati la riducano su larga scala
- Una lente diagnostica più acuta per identificare il divario tra l'intento della leadership e il comportamento in prima linea

Alan O'Neill 2026 discorsi & argomenti

Don't Sell It Yet

Makes the case that business value at exit is determined by transferability, not profit alone – and shows owners and leadership teams how to build the structural conditions that produce a premium: culture, strategy, people, customer experience, and execution working as a system.

Key takeaways:

- Why buyers assess transferability before they assess profit, and what that means for how an organisation must be built
- The structural elements – drawn from the 7-Steps to Profit – that determine whether a business can stand independently of its founders
- Contrasting case studies, including Selfridges, that show what a high-value, high-transferability organisation actually looks like in practice

Don't Sell It Yet

Don't Sell It Yet Makes the case that business value at exit is determined by transferability, not profit alone – and shows owners and leadership teams how to build the structural conditions that produce a premium: culture, strategy, people, customer experience, and execution working as a system.

Key takeaways:

- Why buyers assess transferability before they assess profit, and what that means for how an

organisation must be built

- The structural elements – drawn from the 7-Steps to Profit – that determine whether a business can stand independently of its founders
- Contrasting case studies, including Selfridges, that show what a high-value, high-transferability organisation actually looks like in practice

Don't Sell It Yet

How to Maximise the Value of Your Business Before You Exit

Most business owners believe profit drives value. Buyers don't. Profit attracts interest... but it is transferability that secures value.

In this keynote, Dr. Alan O'Neill, global expert in change management, culture and customer experience applies his signature 7-Steps to Profit™ to the one moment where value is truly tested: at exit. Through contrasting case studies, from a 50-year-old family wholesaler transformed into a scalable, high-value asset, to Selfridges, a business that commanded a multi-billion premium not because it was for sale, but because it was built so well... Alan reveals what buyers really see.

This is not about “dressing up” a business for sale. It's about strengthening the system beneath it, culture, strategy, people, customer and execution, so it can stand on its own.

Ideal for business owners, founders and leadership teams, especially those considering an exit in the next few years. This session offers a clear, practical lens on how to build real enterprise value.

Because the best businesses are not sold. They are built so well... they could be.

I 7 passi verso il profitto

Presenta il quadro strutturato sviluppato da O'Neill grazie alla sua collaborazione con Selfridges e altri marchi globali, e illustra come le organizzazioni, a qualsiasi stadio di sviluppo, possano applicarlo per migliorare i risultati commerciali.

Punti chiave:

- La logica alla base del quadro in 7 fasi e come ogni fase colleghi la cultura all'esperienza del cliente e al risultato commerciale
- Strumenti pratici tratti da progetti con clienti specifici, adattabili ai contesti B2B, B2C e del settore pubblico
- Una visione chiara di dove la maggior parte delle organizzazioni si blocca e di cosa fanno di diverso quelle ad alte prestazioni

Dai una marcia in più alla tua cultura aziendale

Esamina la cultura come una risorsa competitiva che non può essere imitata e illustra cosa occorre per crearne una in grado di garantire prestazioni elevate in tutta l'organizzazione.

Punti chiave:

- Una definizione pratica dei quattro valori – Orientamento al cliente, Rispetto, Responsabilità e Agilità – e come valutarli nella propria organizzazione

- Il legame diretto tra valori, comportamenti, coinvolgimento dei dipendenti e risultati commerciali
- Un quadro di riferimento per rafforzare la cultura come vera fonte di vantaggio competitivo, non come semplice esercizio di comunicazione

Migliora notevolmente la tua esperienza cliente

Sostiene che l'esperienza del cliente sia il principale fattore di differenziazione commerciale in un'era di confronti trasparenti e illustra come integrare una cultura del servizio a tutti i livelli, dai vertici aziendali fino al personale in prima linea.

Punti chiave:

- Perché il prodotto e il prezzo da soli non bastano più a differenziarsi - e cosa serve invece
- Un modello pratico per garantire la coerenza nell'erogazione dei servizi in contesti B2C, B2B e di servizio pubblico
- Esempi di casi di studio tratti dalla collaborazione con Selfridges e altre organizzazioni citate che illustrano come si presenta questo cambiamento nella pratica

L'apocalisse del commercio al dettaglio, le fake news

Mette in discussione la narrativa dominante sulla fine del commercio al dettaglio fisico e presenta un'analisi più accurata di ciò che oggi determina realmente il successo e il fallimento nel settore.

Punti chiave:

- Una diagnosi più chiara delle forze strutturali che stanno trasformando il commercio al dettaglio, al di là della narrativa dominante sulla rivoluzione del commercio online
- Perché il commercio al dettaglio di scarsa qualità sta morendo, ma il commercio al dettaglio in sé no - e cosa distingue i sopravvissuti
- Lezioni pratiche tratte da casi di successo nel settore della vendita al dettaglio, tra cui Selfridges

Alan O'Neill's Videos





Cosa dicono i clienti di Alan O'Neill

Il senso degli affari di Alan, la sua sincera passione per un servizio clienti eccellente e la sua esperienza diretta nella gestione di processi di cambiamento su larga scala all'interno di organizzazioni come Selfridges sono davvero unici. Ciò lo rende uno dei relatori più autorevoli in materia di gestione del cambiamento ed esperienza del cliente che io abbia mai incontrato. Alan è un relatore molto richiesto in tutto il mondo da parte di organizzazioni che desiderano attingere alle sue intuizioni e alle sue strategie audaci per contribuire a costruire una cultura incentrata sul cliente di livello mondiale e, in ultima analisi, aumentare il fatturato.

Frances Keane

Amministratore delegato, A titolo personale

Negli ultimi anni Alan O'Neill ha svolto un lavoro davvero stimolante per noi del Dalata Hotel Group plc. La sua comprensione dell'esperienza del cliente e del suo modo di ragionare non ha eguali. La tempistica dei suoi contenuti è eccellente, in un momento in cui il mondo digitale si scontra sempre più spesso con l'ospitalità tradizionale e il servizio clienti.

Stephen McNally

Vice amministratore delegato, Dalata Hotel Group S.p.A.

Con il suo stile unico e coinvolgente, Alan O'Neill porta alla ribalta uno dei temi più stimolanti per i leader aziendali di oggi.

Con il settore del commercio al dettaglio nella situazione più critica a memoria d'uomo e l'avanzata inarrestabile dei nuovi operatori che sembra mettere in ginocchio molti dei pilastri delle vie commerciali, molti hanno finalmente iniziato a rendersi conto che questa feroce battaglia per conquistare il cliente potrebbe benissimo significare la fine per molti dei perdenti.

Alan convince tutte le aziende che sono "uniche come le loro impronte digitali", ma trattano i propri clienti proprio come tutti gli altri. Chiunque può copiare la vostra strategia, ma nessuno può copiare la vostra cultura: è giunto il momento di mobilitare e dare energia a questi punti di differenza attraverso l'esperienza del cliente.

Rene Carayol, MBE

Relatore internazionale, autore ed esperto di leadership

La gestione del cambiamento e l'esperienza del cliente sono due temi di grande rilevanza nel mondo odierno. Ogni nostro cliente sta affrontando un cambiamento a un certo livello, alcuni più radicali di altri. In questo contesto, sempre più organizzazioni hanno compreso che, qualunque cambiamento intraprendano, devono porre il «cliente» al centro di ogni loro azione.

La "Customer Experience" è infatti il nuovo campo di battaglia e il fattore di differenziazione in questo mondo digitale. In qualità di Change Agent e relatore di grande esperienza, Alan ispira e stimola il pubblico con i suoi modelli di business pratici e le sue storie. La storia di Selfridges è solo uno degli esempi che danno vita a tutti questi concetti e risuonano con aziende di ogni tipo, sia B2B che B2C.

Cosimo Turroturo

Amministratore delegato, Relatori associati

Alan è oggi una delle menti più brillanti nel settore della grande distribuzione dei grandi magazzini. Prima di ingaggiarlo per Rustan's per un progetto a breve termine, avevo sentito solo commenti positivi sul lavoro svolto per Selfridges. Sono rimasto colpito dall'ampiezza e dalla profondità delle sue conoscenze in due aree fondamentali: la cultura aziendale e l'esperienza del cliente.

Da Alan ho imparato che, anche in questa era digitale, l'ingrediente segreto di un'organizzazione sono le persone e, andando oltre, le relazioni. La qualità dell'esperienza che offriamo e la resilienza in questa epoca turbolenta dipendono al 100% dalla qualità delle nostre RELAZIONI.

Alan ha detto che tutto si riduce a due cose che devono essere comprese in modo olistico e profondo e sfruttate non solo funzionalmente ma anche creativamente: TALENTO e TECNOLOGIA. Alan possiede questa rara capacità di aiutare aziende come la nostra a continuare a concentrarsi sul nostro scopo fondamentale: conquistare prima la fedeltà dei nostri dipendenti e poi quella dei nostri clienti. Si tratta ancora di conquistare e mantenere i cuori e le menti in modo sincero e autentico; anche in questa era di IA, big data, criptovalute, blockchain e altre rivoluzioni dirompenti.

Alan ha intuizioni utili su come rivoluzionare se stessi, ma in un modo che abbia chiarezza, che sia ancora fedele al proprio DNA e che, in fin dei conti, sia ancora incentrato sulle persone. Alan ha tenuto una serie di presentazioni per noi e per i nostri colleghi del settore a Manila, dove abbiamo attinto alle sue conoscenze e siamo entrati in contatto con la sua saggezza e la sua passione. È stato affascinante e illuminante. Non vedo l'ora di riaverlo con noi.

Donnie Tantoco

Presidente, Rustan Commercial Corporation (Filippine)

Il cambiamento e la disruption sono ormai la nuova normalità nel mondo degli affari. Sempre più clienti affrontano questa realtà concentrandosi sui propri clienti. Anche i clienti stanno cambiando e le loro aspettative continuano a crescere. Questo vale sia per i canali digitali che per quelli tradizionali. Nei suoi interventi, Alan ci riporta alle basi e ci sfida a rinnovare il nostro modo di pensare, mettendo l'esperienza del cliente al centro del nostro processo decisionale.

Abbiamo collaborato con Alan innumerevoli volte in qualità di relatore e i nostri clienti continuano a trarre ispirazione dai suoi consigli pratici e dalle sue storie.

Nick Gold

Amministratore delegato, Angolo degli oratori

Abbiamo chiesto ad Alan di tenere un discorso programmatico che aiutasse davvero i nostri membri a diventare più professionali. È stato eccellente e ora vogliamo estendere l'iniziativa al resto dei nostri membri.

Direttore, VFI

Ciò che mi ha colpito di Alan è stata la sua profonda conoscenza del settore immobiliare e il fatto che la presentazione fosse perfettamente adattata alle nostre esigenze.

Direttore, Sherry Fitzgerald

Alan ha tenuto il seminario "Supercharge your Sales" per tutto il nostro team dirigenziale. Ci ha spinto a guardarci con occhi completamente diversi, ed era proprio quello di cui avevamo bisogno.

Direttore commerciale, Gruppo alberghiero Gleneagle

Alan ha un approccio molto orientato al business e ha fornito consigli pratici e validi che hanno davvero ispirato e motivato il nostro personale.

amministratore delegato, Rinfreschi a Dubai

Alan ha un approccio molto orientato al business e ha fornito consigli pratici e validi che hanno davvero ispirato e motivato il nostro personale.

amministratore delegato, Servizi finanziari, Regno Unito

Noi del settore automobilistico crediamo di poter imparare molto dal mondo della vendita al dettaglio. Alan lo ha detto chiaramente.

Vicepresidente senior, Mercedes

In quanto ente di servizio pubblico, il servizio clienti è per noi una priorità. Alan ci ha ispirato con i suoi aneddoti commerciali e ci ha mostrato come potessero funzionare anche per noi.

Direttore delle risorse umane, ECHA

Ammiriamo moltissimo il marchio Selfridges e volevamo conoscere la sua storia di successo direttamente dalla fonte.

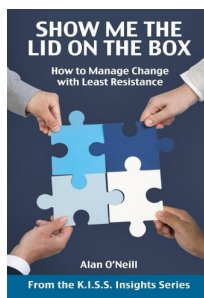
Amministratore delegato del settore retail, Russia

Senza giri di parole, Alan si è impegnato per conoscerci meglio. È proprio questo che ha fatto funzionare la nostra collaborazione.

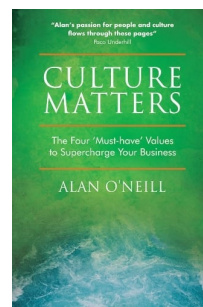
Vicepresidente per l'Europa, Localizzazione di software, EMEA

ALAN GLI ULTIMI LIBRI DI

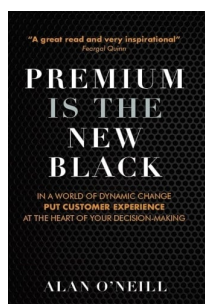
The Leader's Six-Pack: How to Balance Grit and Grace



The Leader's Six-Pack: How to Balance Grit and Grace



The Leader's Six-Pack: How to Balance Grit and Grace



MOSTRA IL COPERCHIO DELLA SCATOLA: Come gestire il cambiamento con il minimo sforzo

Alan O'Neill's 2026 speaking fees

Le tariffe specifiche rientrano negli intervalli indicati. Queste sono presentate solo a titolo indicativo e sono soggette a modifiche senza preavviso.

	EUR	GBP	USD
Paese d'origine	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Asia Pacifico	Please enquire	Please enquire	Please enquire
Europa	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Medio Oriente e Africa	Please enquire	Please enquire	Please enquire
Sud America	Please enquire	Please enquire	Please enquire
Regno Unito	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Costa orientale degli Stati Uniti	Please enquire	Please enquire	Please enquire
Costa occidentale degli Stati Uniti	Please enquire	Please enquire	Please enquire

Virtuale	Please enquire	Please enquire	Please enquire
-----------------	----------------	----------------	----------------