



ULYSSE MANAGEMENT

STRATEGIA, ORGANIZZAZIONE E FORMAZIONE

STUDIO Caglini & Frasconi

"PROVOCAZIONI" E NOTIZIE

© ULYSSE MANAGEMENT

Anno 2 - Numero 15 - 28 settembre 2011

DAL MONDO ECONOMICO, SCIENTIFICO, AZIENDALE E DAL NOSTRO "PENSATOIO", ABBIAMO SCELTO PER VOI :

√ In regalo per voi : *«Lesson One by Paul Cayard»*. Il mitico discorsetto con il quale questo grande creatore di squadre catechizza ogni nuovo team che si prepara a battersi per la Coppa America. Il tono del discorso e l'approccio del team leader alla situazione possono ispirare chi deve creare un nuovo team destinato a una missione difficile. Chiedere in segreteria.

√ Log-book settembre 2011. Situazione.

Mentre il bastimento va alla deriva ed è oramai vicino agli scogli, in plancia ufficiali non degni di questo nome discutono di cosa si mangerà a pranzo e litigano sulle porzioni del dessert. La parte più consapevole della ciurma, nel frattempo, suggerisce ricette intelligenti su come salvarsi ma queste ricette, per poter essere applicate, dovrebbero essere prima capite e poi accolte dagli ufficiali attraverso un metodo che preveda consapevolezza, visione, convergenza di intenti e determinazione nell'agire. Nell'isteria del momento, scenario praticamente impensabile. Imprenditori e capi-azienda dovranno, ancora una volta, accollarsi oltre alla loro parte di sforzo per uscire dalla crisi anche quella che spetterebbe agli ufficiali disertori. Cosa consigliamo? La nostra ricetta è semplice. Nelle situazioni estreme come è quella odierna, competere sul terreno altrui e secondo le regole altrui come sta avvenendo è una strada sbagliata, praticamente mortale. Bisogna invece riportare la competizione sul proprio terreno, dove sono le radici e dov'è la fonte più autentica delle proprie risorse. Le radici italiane, che ci hanno posto all'attenzione del mondo intero come temibili competitori, sono il Rinascimento e la Cultura. Direte: che c'entra questo con l'azienda? Ecco cosa c'entra: in azienda esistono due "culture" che sono strategiche. Una è la *cultura di prodotto* e l'altra è la *cultura di organizzazione*. Partiamo dalla prima. Ci sono delle parole-chiave nella cultura di prodotto? Sì. Queste parole o gruppi di parole sono:

- quello che vendi, qualsiasi cosa tu venda, non è un prodotto, è cultura (prova a vederla in questo modo e scoprirai anche, come in una improvvisa illuminazione, cosa c'è da cambiare nel tuo prodotto per renderlo compatibile con questa filosofia).
- Eccellenza pura e semplice, non banale qualità che è un concetto oramai burocratizzato.
- Gusto.
- Sapienza.
- Creatività.
- Bellezza.
- Innovazione.

Quindi competere sul proprio terreno significa concentrarsi su tutto ciò e il nostro terreno (il terreno italiano) è precisamente questo. Qualcosa che semplicemente non può e non deve essere imitabile.

E veniamo alla *cultura di organizzazione*. Qui le cose si complicano perché la materia non è nel DNA italiano, o almeno così si dice. Ma è davvero così? Ragioniamo: non è solo il prodotto che deve essere

Sedi : Perugia e Monte Vidon Corrado (FM) - P. IVA 02288180546

E mail: info@ulyssesmanagement.it - www.ulyssesmanagement.it



ULYSSE MANAGEMENT


STRATEGIA, ORGANIZZAZIONE E FORMAZIONE

STUDIO Caglini & Frasconi

segue

fatto bene (inimitabile) ma anche tutto ciò che gli gira intorno (perché possa essere prodotto) deve essere fatto bene e questo Tutto si chiama organizzazione e deve essere curato in ogni dettaglio come ben sapevano i Maestri del lavoro di epoca rinascimentale. Torniamo dunque idealmente a loro e cerchiamo di focalizzare altre parole-chiave. Esse sono, per quanto riguarda l'organizzazione:

- strategia; sì, certo, idee chiare anzi chiarissime su *chi* si vuole essere e su come diventarlo. Si diventa solo ciò che si pensa e si vuole fortissimamente diventare.
- Obiettivi e piani di azione; tutti in azienda devono avere obiettivi e soprattutto devono avere piani per raggiungerli.
- Struttura di comando; chi guida deve *guidare*, altrimenti si faccia da parte. Che lo capisca!
- Struttura dei compiti e delle responsabilità; è assolutamente necessario far capire alla gente la differenza essenziale tra lavoro (ciò che si fa) e responsabilità (ciò che si deve ottenere). Paghiamo la gente per la responsabilità, non per il lavoro!
- Struttura di controllo economico e finanziario; gli obiettivi sono inutili se non si misura l'essenziale, non lo si fa in tempo utile, e non si usano le misurazioni per valutare e indirizzare.
- Sistema di indirizzo e valutazione delle persone; in azienda non dire periodicamente alle persone *come stanno andando* taglia alla radice ogni possibilità e motivazione di miglioramento. Peccato mortale, quando si vuole l'eccellenza.

Se si vuol crescere, è necessario essere competitivi e questo può avvenire solo quando si è capaci di giostrare sul proprio terreno senza subire condizioni altrui. Puntiamo dunque sulla Cultura, perché questa è la nostra vera arma strategica e serbatoio di forza vitale non imitabile da nessuno nel mondo. Le cose fatte bene e con passione. Amen. 

√ L'uomo, come diceva il nostro Maestro Ugo Klima, entra nel futuro «rinculando». Ciò avviene a causa della particolare conformazione e funzionamento del cervello umano. Il risultato è bene espresso dalla seguente...

LEGGE DI CLARKE SULLE IDEE RIVOLUZIONARIE

Ogni idea rivoluzionaria, in campo scientifico, politico, artistico o altro, provoca tre stadi di reazione, riassumibili nelle seguenti frasi:

1 - È impossibile: non farmi perdere tempo

2 - È possibile: non val la pena di farlo

3 - L'ho sempre detto io: era un'ottima idea

Sedi : Perugia e Monte Vidon Corrado (FM) - P. IVA 02288180546

E mail: info@ulysemanagement.it - www.ulysemanagement.it