

EGOMETRIA

Rivista Elettronica
di Formazione non Convenzionale
Team Building ed Incentivazione

Numero 4, Aprile 2005

Aprile 2005

Numero 4, Anno 2

Direttore Leonardo Frontani

ALTI E BASSI: frustrazione per il leader

Napoleone scappò dalla Russia a gambe levate. Aveva fatto i conti senza l'oste. Il "generale inverno" lo aveva sconfitto e migliaia furono i morti in seguito ad una campagna costosa ed improduttiva. Cerco d'immaginare il grande stratega sulla strada del ritorno. Quanti e quali pensieri dovevano turbarlo, renderlo inquieto e irascibile. Mi sembra di vederlo: lì, su quella slitta trainata da cavalli, l'atteggiamento pensoso, semi nascosto da una coltre di pellicce, guardato di sottocchi dai suoi ufficiali, arrabbiati, disillusi, ma anche un po' preoccupati per lui, quel capo a lungo creduto invincibile. Egli, l'uomo Napoleone, non può che vivere con amarezza il biasimo dell'opinione pubblica, la derisione degli altri regnanti europei, ma soprattutto la delusione inferta ai suoi uomini. Con una buona dose di amor proprio ferito e di immancabile senso di colpa per il fallimento, otteniamo un leader a pezzi, che scivola silenziosamente verso l'oblio. Ma quanto a pezzi? E, soprattutto, non si tratta, forse, di quello stesso Bonaparte, che, salito sulle piramidi, aveva guardato il suo mondo, il suo progetto, dall'alto di 5000 anni di storia? Quanto tempo sarebbe servito a Napoleone per

riprendersi e quanto ne serve ad ognuno di noi per governare momenti di successo e di stasi, o, peggio, di regresso? Il fenomeno degli alti e bassi è come una marea inquieta: sai che arriverà ma non puoi prevedere quando. Il leader ama restare a lungo sulla cresta dell'onda e guardare dall'alto la schiuma del mare, ma, prima o poi, inevitabilmente, quell'onda perderà energia ed egli si ritroverà a ricominciare la scalata, ardua, pericolosa e con poche certezze. Ogni leader è destinato a vivere questi momenti di stress, interprete di eventi non particolarmente spumeggianti, quasi afflitto da un'apparente abulia e da un nervosismo oltre misura. Dove ritrovare energia ed entusiasmo, come ricaricare "le batterie della produttività"? Le regole sono scritte: visualizzare, analizzare, motivarsi e passare oltre. Ma quanta energia viene sottratta al leader in questi momenti? Personalmente, ritengo che sopperire ai momenti "di bassa" con una grande e convinta celebrazione di quanto di buono si è fatto non sia solo possibile, ma che si tratti di un vero e proprio obiettivo. Aspirare ad una meta e, una volta conseguita, dare per scontato il risultato è illogico, semplicemente

deleterio e, soprattutto, ci sottrae quel plus di energie indispensabile nei momenti in cui le cose non sono brillanti come vorremmo che fossero. Non bisogna mai dimenticarsi dell'importanza della celebrazione: celebrare significa suggerire una vittoria, condividerla con gli altri e fare in modo che sia il successo di tutti. Questo, forse, può davvero consentirci di essere pronti anche per la prossima onda, sicuri di una scalata veloce ed indolore. Comunque, tornando al nostro Bonaparte, lui non si riprese mai più da quella sconfitta, ma, in effetti, i suoi obiettivi risultarono fin troppo ambiziosi. Quindi, il suggerimento non può che essere creatività sì, ma con i piedi per terra per vincere spesso, risparmiando energie.



TRAINING NEL DESERTO: la ricerca della rotta dove nessuna sembra tracciata

Sempre più frequenti le richieste per organizzare eventi aziendali nel deserto. Si promuovono prodotti, si invitano managers a sperimentare sessioni formative in outdoor, si incentivano i clienti a scegliere la propria azienda. Perché il deserto? Forse si ricerca una proiezione di quella tabula rasa di aristotelica memoria, per meglio riuscire a fissare idee nuove e messaggi importanti? Pensiamo che probabilmente il fascino stordente della solitudine e degli spazi, che sembrano non avere limite, possono facilmente essere utilizzati in sostituzione della lavagna

a fogli mobili di un percorso formativo o del prezioso regalo aziendale in occasione della campagna di promozione. Allo stesso modo, lanciare il proprio prodotto nel silenzio degli spazi aperti e tra le dune, dà la sensazione di andare a riempire un vuoto che nel mercato tutti auspicano di trovare con l'idea geniale, quella che cambia le abitudini del consumatore. Chiunque abbia avuto modo di confrontarsi con lo stupefacente Sahara, avrà ben fisso il ricordo del cielo, del sole e della natura che sembra resistere con tenacia ad ogni asprezza, manife-

standosi all'ospite con orgoglio per fantastica diversità. Ognuno di noi sembra poter tracciare nella sabbia la propria rotta senza dovere seguire una policy imposta o uno stile di leadership non proprio.



FORMAZIONE E TEAM BUILDING VILLA MATARAZZO

Villa Matarazzo si trova su una tipica collina marchigiana, affacciata sulla Riviera Adriatica, di fronte all'altura del castello di Paolo e Francesca a Gradara.

E' una villa storica arredata con modernità e raffinatezza, trasformata in una struttura sorprendente per le attività di formazione e team building. Il complesso si compone di più fabbricati e vanta una bellissima sala convegni da 110 posti oltre a numerose sale minori. Eccezionale il parco ideale per attività di team building di diverso tipo. L'ospitalità è familiare e contornata da un ristorante ottimo per una colazione di lavoro. TWT TEAM inserisce tra le strutture consigliate questa perla della riviera soprattutto per la flessibilità del management rappresentato dalle Sig.re Ranocchi.

Per informazioni :

www.villamatarazzo.com

ICECARDS E MARKETING VIRALE

Dai Paesi nord europei, un nuovo strumento di marketing orientato ai più giovani. Così come si portano le t-shirts caratterizzate dalla griffe ben visibile sul davanti, i giovani hanno la possibilità di scambiare il proprio numero di telefono attraverso un personal business card che viene regalato loro dalle aziende. Quelle interessate propongono, attraverso la compilazione di una scheda on-line, di scegliere tra alcuni format di biglietti da visita, con immagini seducenti che ricordano le campagne pubblicitarie di quell'azienda. Nelle ICECARD appare un piccolo logo. Sul retro i dati personali del richiedente. Queste cards sono regalate dalle aziende a tutti coloro che ne fanno richiesta e possono diventare oggetto di collezioni.