



Questa settimana rassegna del 2015 propone undici elementi pdf e sette presentazioni PowerPoint.

SOMMARIO. Esplodono gli squilibri finanziari globali, così le primitive contraddizioni della Comunità Europea, c'è una nuova recessione in arrivo, proseguono i rischiosi giochi di guerra - stavolta nel mar Baltico – e l'orologio dell'apocalisse atomica è stato spostato a tre minuti dalla mezzanotte. Ma chi se ne frega? I politici cià-cià-cià (ciarlieri, cialtroni e ciarlatani) se ne disinteressano. Per uscire davvero dai troppi paradossi geopolitici servirebbe migliorare la percezione del reale, evitare le argomentazioni errate e adottare metodi predittivi razionali; cioè ridurre almeno gli errori più grossolani. È auspicabile ma improbabile. Per gestire la squadra vincente i ringraziamenti e i complimenti sono spesso più efficaci di ricompense, incentivi e benefits ma è arduo farlo comprendere e applicare in pratica in quasi ogni organizzazione; figuriamoci nella serie A calcistica. Ci sono le ultime sul marketing occulto e altre astuzie utili nel branding, con due casi di successo; un'inedita matrice per l'innovazione e la notizia che i cinesi stanno lavorando a pc di alta gamma. I *Galleristi* sono invitati a un sondaggio da due minuti (e anche a una lettura di alcune ore).

INDICE. STRATEGIA E DECISIONI. Europa traballante. Nuova recessione in arrivo. Borse cinesi fuori controllo. Squilibri finanziari. Giochi di guerra. Tre minuti mezzanotte. Percezione del reale. Altri sei casi di argomentazioni errate. Crowdshang.com. ORGANIZZAZIONE. Squadra che vince non ci cambia? Ricompense, incentivi e benefits. Sondaggio sulle banche italiane. COMUNICAZIONE E MARKETING. Imparare a ringraziare. Iper testo e cybertesto. Marketing occulto e altre astuzie. Punti cardine della brand communication. Due casi di successo. CREATIVITA' E INNOVAZIONE. Ottimi pc cinesi. La matrice per l'innovazione di Pisano. Esempi con il cappello rosso.


FONTI. Di stampa. Baltic Times (LVA). Brand Eins (DEU). Ezednevnyj Zurnal (RUS). HBR Italia. Le Scienze. Le Soir (BEL). Micro & Macro Marketing. Neue Zürcher Zeitung (CHE). Psicologia Contemporanea. Sviluppo & Organizzazione. The Economist (GBR). The Moscow Times (RUS). The Wall Street Journal (USA). **Da libri:** Bozza di *Prevedere per decidere*, M. Galleri, 2016. *Risorse Umane*, Boldizzoni-Quarantino, 2014. *Brand Communication*, V. Gabrielli, 2014. *Libro illustrato di argomentazioni errate*, A. Almossawi, 2014. *L'italiano nella società della comunicazione*, G. Antonelli, 2007. *Sei cappelli per pensare*, E. De Bono, 1985-2010. Altre fonti diverse.




1. STRATEGIA E DECISIONI

<p>Europa traballante. Tra i molti articoli della stampa estera sulla traballante situazione della Comunità Europea ho scelto quello del belga <i>Le Soir</i> che pone l'accento sulla caduta di fiducia dei cittadini, che non vanno a votare. Non è cosa da poco ma per gli attuali politici cià-cià-cià (ciarlieri, cialtroni e ciarlatani) quel che contano sono i dati relativi; votasse anche solo l'1% ...</p>	
<p>Nuova recessione in arrivo è la traduzione dell'editoriale dell'<i>Economist</i> secondo cui è inevitabile una nuova tempesta per l'economia globale. Contiene anche un interessante grafico che misura la capacità di reazione dei singoli stati. Per cambiare: noi siamo tra gli ultimi dei paesi ricchi, in un sandwich tra Grecia e Giappone.</p>	
<p>Borse cinesi fuori controllo è un trafiletto tradotto dal <i>Wall Street Journal</i> che conferma quanto anticipato nell'ultima <i>Galleria</i>: è attesa la bolla delle borse cinesi perché la liquidità della banca centrale alimenta la finanza a scapito dell'economia.</p>	
<p>Squilibri finanziari è un trafiletto dal <i>Neue Zürcher Zeitung</i>. Troppi crediti è l'allarme lanciato dal giornale svizzero, cioè di quello stesso paradiso fiscale dove sono rifugiati più della metà dei capitali finanziari europei. Farebbero meglio a tacere.</p>	
<p>Giochi di guerra 2015 riprende e integra i materiali della scorsa <i>Galleria</i> (Prove di guerra. Tensioni Cina Giappone. ecc.). E' un pdf che riassume le opinioni del <i>Baltic Times</i>, <i>The Moscow Times</i> e <i>Ezednevnyj Zurnal</i>. C'è poco da star tranquilli.</p>	
<p>Tre minuti mezzanotte è un articolo tratto da <i>Le Scienze</i> di luglio e conferma quanto sopra. Nel gennaio 2015 le lancette dell'orologio dell'apocalisse atomica sono state portate a tre minuti dalla mezzanotte: cioè il rischio oggi è tra i più alti dal 1945 (anno della nascita della rivista <i>The Bulletin of Atomic Scientists</i>) ed è simile a massimi calcolati nel 1949 e nel 1984. http://thebulletin.org/multimedia/doomsday-clock.</p>	
<p>I file precedenti aggiornano il corso con il prof. Breccia <i>Strategie efficaci nell'era della turbolenza.</i></p>	
<p>Altri sei casi di argomentazioni errate, è la terza presentazione tratta dall'omonimo recente libro di <i>Almossawi</i>. Sono quelli denominati: fallacia genetica, colpa per associazione, affermazione del conseguente, appello all'ipocrisia, brutta china e ad judicium. Utili e gustosi.</p>	
<p>Percezione del reale. Presentazione sintetica tratta dal mio nuovo testo 2016. Percepriamo il mondo grazie ai nostri sensi ma non tutto ciò che esiste intorno a noi è percepito e registrato. La <i>codifica predittiva</i> è il fenomeno per cui il cervello anticipa le probabilità degli eventi; la <i>cognizione incarnata</i> sostiene che il modo in cui il nostro corpo appare, sente e si muove incide sul modo in cui pensiamo.</p>	
<p>Crowdshang.com è il sito internazionale del nuovo metodo predittivo razionale che ho aperto il 24 giugno e che lancerò alle grandi organizzazioni il prossimo autunno. Graditi pareri e suggerimenti migliorativi. I file precedenti sono parte dei miei corsi <i>Trappole cognitive e Prevedere per decidere.</i></p>	







β

2. ORGANIZZAZIONE



<p>Squadra che vince non ci cambia? È una ricerca comparsa su <i>Sviluppo & Organizzazione</i> di cui ometto le due tabelle. Il quesito è antico e sempre attuale; qui è applicato all'ambito della serie A calcistica e anticipa la mia proposta formativa 2016 per le squadre sportive. È il percorso annuale per ottenere dei gruppi affiatati, analogo a quello previsto per i gruppi dedicati all'innovazione sistematica e alle previsioni razionali. Nell'Archivio del mio sito, tra gli approfondimenti disponibili, segnalo <i>Calcio & Marketing</i> (M&MM, 2011).</p>	
---	---

<p>Ricompense, incentivi e benefits è una presentazione della serie tratta dal libro <i>Risorse Umane</i>. Questo testo è orientato alle grandi organizzazioni ma non presenta alcuni sistemi d'incentivazione ideati dalle multinazionali. Per esempio il sistema in uso per i manager Basf. In molte PMI sarebbe auspicabile, perché possibile e utile, prevedere incentivi di lungo periodo con strumenti diversi da questi qui descritti. Un approccio diversificato (<i>strategic o total reward</i>) è suggerito in tutti i casi.</p>	
<p>I file precedenti sono parte del mio corso Ridisegnare l'organizzazione con il minimo costo.</p>	
<p>Sondaggio sulle banche italiane. Lo trovate qui. Quasi tutti gli imprenditori che conosco, ma non solo loro, si lamentano sempre più delle banche italiane. Le rare indagini disponibili sulla soddisfazione dei clienti bancari sono negative e probabilmente edulcorate. Il cartello nazionale pare solidissimo e pressoché impermeabile. I <i>Galleristi</i> sono un buon campione, certo imperfetto, ma è a voi che propongo questo sondaggio. Si chiude il 30 settembre e gli esiti vi saranno comunicati. Se avrò risposte sufficienti per renderli indicativi, li renderò pubblici. Servono dai due ai tre minuti. Mille grazie a chi vorrà occuparli e inviarmi il questionario. Garantisco personalmente l'anonimato; m'interessano le medie poi cancello e getto tutto.</p>	

3. COMUNICAZIONE E MARKETING

<p>Imparare a ringraziare è un articolo di Guido Sarchielli su <i>Psicologia Contemporanea</i> che ripete un'antica lezione ancora oggi poco praticata.</p>	
<p>Ipertesto e cybertesto è la terza presentazione di una serie di otto titolata l'italiano oggi, tratta da due testi diversi. Il primo è <i>L'italiano nella società della comunicazione</i>. Il passaggio dai <i>mass media</i> ai <i>my media</i> comporta testi modulari e miniaturizzati con proprie caratteristiche tipografiche. Anche i videogiochi prevedono sceneggiature e cybertesti accurati.</p>	
<p>Marketing occulto e altre astuzie è una presentazione con estratti di Anna Oliverio Ferraris su <i>Psicologia Contemporanea</i>. È l'ultima frontiera della pubblicità. Si tratta di una tecnica scaltra che non sembra una promozione, ma un'iniziativa spontanea. Per chi l'ha visto, il riferimento cinematografico è <i>The Joneses</i> di Derrick Borthé, 2009.</p>	
<p>I punti cardine della brand communication è una presentazione tratta dal libro della Gabrielli. Sono: 1. determinazione delle priorità, 2. salvaguardia del valore della marca, 3. adozione di stili comunicativi differenti all'interno del portafoglio di brand, 4. gestione dell'equilibrio fra i comportamenti comunicativi, 5. perseguimento di obiettivi di natura non solo comportamentale, ma anche cognitiva, relazionale, emozionale e ideale.</p>	
<p>Due casi di successo in ambito alimentare sono quelli proposti da <i>Micro & Macro Marketing</i> 1/2015: la fabbrica della pasta di Gagnano e i piatti pronti freschi di Zerbinati. Riporto solo l'introduzione e suggerisco l'acquisto (26,50 €).</p>	
<p>I file precedenti sono parte dei miei corsi sulla Comunicazione efficace e il Branding nel 2015.</p>	

4. CREATIVITA' E INNOVAZIONE

<p>Ottimi pc cinesi è un trafiletto da <i>Brand Eins</i> che conferma l'orientamento alla qualità e all'innovazione della nuova generazione di imprenditori cinesi. Pericolo rosso!</p>	
<p>La matrice per l'innovazione di Pisano è comparsa su <i>HBR Italia</i> e si aggiunge alle molte disponibili nell'Archivio del mio sito.</p>	

Esempi con il cappello rosso è una presentazione della serie dedicata al collaudato metodo di Edward De Bono. Il cappello rosso rende visibili le sensazioni, che possono così entrare a far parte sia della mappa mentale sia del criterio con cui scegliere il percorso. Col cappello rosso il pensatore può entrare e uscire dalla situazione emotiva agevolmente.



I file precedenti sono parte dei miei corsi **Innovazione sistematica** e **Tecniche creative molto efficaci**.



Grazie mille ai Galleristi che si sono resi disponibili a leggere la bozza di **Prevedere per decidere**; attendo con interesse critiche e suggerimenti, saranno citati nei ringraziamenti. Ho tempo fino a settembre per le modifiche e rinnovo l'invito a tutti: la mole è notevole, ma c'è la libertà di saltare. **Basta una mail e invio il file word.**

Buon aggiornamento.

La prossima Galleria sarà diffusa sabato 1 agosto.

Corsi programmati nel secondo semestre

8 settembre	Cspmi (MO)	Trappole cognitive del decisore aziendale
15 settembre	Cspmi (RE)	Trappole cognitive del decisore aziendale
18 e 19 settembre	Api Formazione (VA)	Strategie efficaci nell'era della turbolenza
21 settembre	Siaf Volterra (PI)	Come fare innovazione nel 2015
24-26 settembre	Terme di Calidario (LI)	Strategie efficaci nell'era della turbolenza
28 settembre	Siaf Volterra (PI)	Prevedere per decidere
5 ottobre	Siaf Volterra (PI)	Ridisegnare l'organizzazione
16 ottobre	Ordine Ingegneri Varese	Come fare innovazione nel 2015
11 e 12 novembre	Confindustria Ancona	Migliorare lo stile di leadership