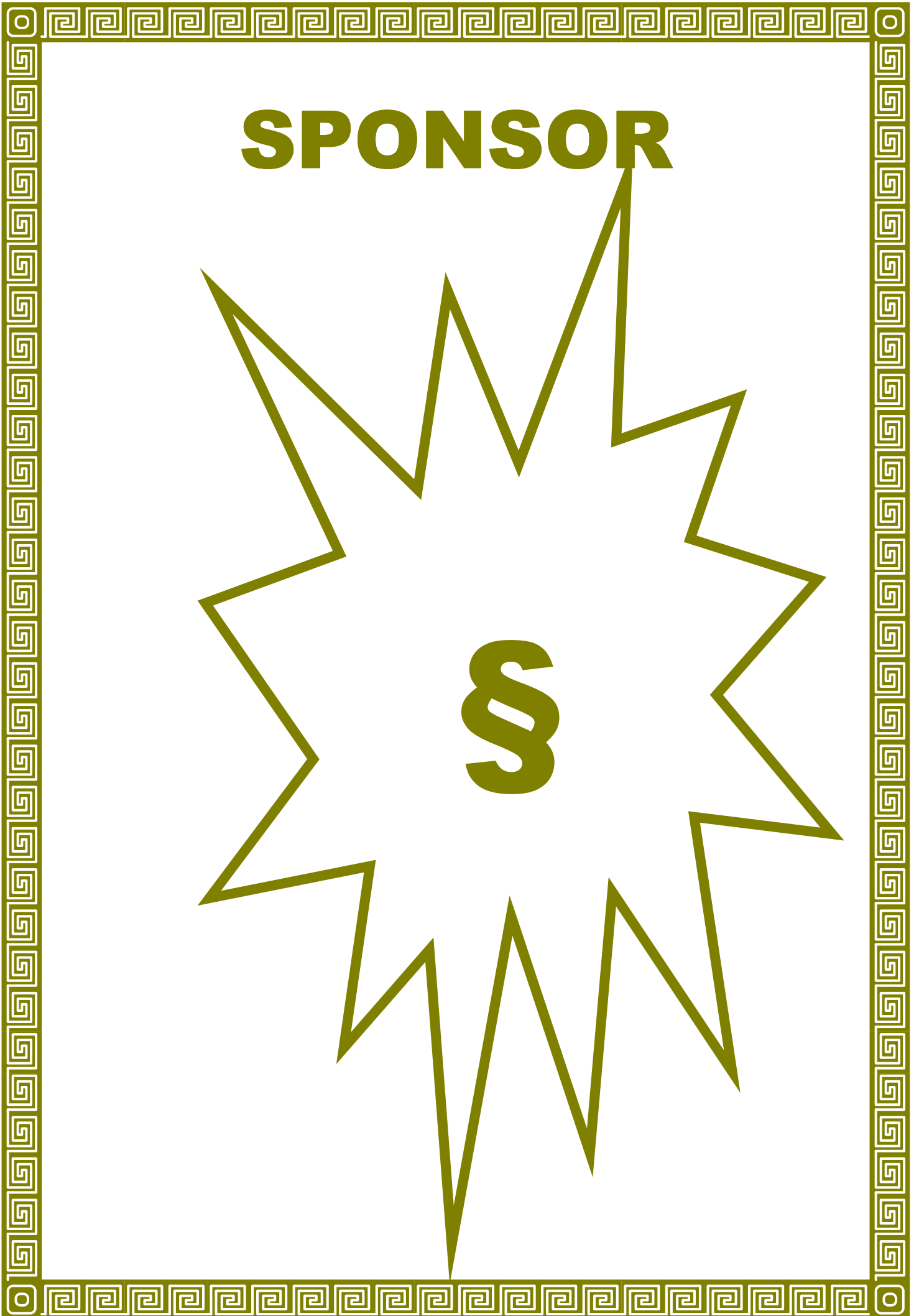


SPONSOR

§



BRAINSTORMING

N° 3b

1474) NIMIUM ALTERCANDO VERITAS AMITTITUR: *QUANDO SI DISCUTE TROPPO, LA VERITA' SPARISCE.*

1475) << . . . IL SEGRETO DI UNA GESTIONE EFFICACE DELLE RISORSE UMANE E' DI DELEGARE CORAGGIOSAMENTE L'AUTORITA' AI SUBORDINATI, CONSENTENDO LORO DI SFRUTTARE APPIENO LE PROPRIE CAPACITA'. IL TERMINE "UMANITA'" IMPLICA "AUTONOMIA" PIU' "SPONTANEITA'": GLI UOMINI NON SONO NE' ANIMALI NE' MACCHINE; HANNO UNA VOLONTA' PROPRIA E SANNO FARE LE COSE SPONTANEAMENTE SENZA IL BISOGNO DI SENTIRSELO DIRE DA ALTRI. USANO LA TESTA E NON SMETTONO DI PENSARE. UN SISTEMA PRODUTTIVO BASATO SULL'"UMANITA'" CONSENTE ALL'ILLIMITATO POTENZIALE UMANO DI ESPRIMERSI. MA PER FARE CIO' I DIRIGENTI DEVONO AVERE CORAGGIO, INTELLIGENZA E IDEE CHIARE SUGLI OBIETTIVI. . . . >>.

1476) << . . . TUTTA LA DIGNITA' DELL'UOMO CONSISTE NEL PENSIERO. IL PENSIERO E' DUNQUE UNA COSA MIRABILE ED INCOMPARABILE PER SUA NATURA. . . . >>.

1477)

FANCIULLA CON LA TRECCIA



1478)

I "DAVID" POSSONO UCCIDERE I "GOLIA"?

SI'!

**NON SOLO NEL MARKETING,
MA ANCHE NEL CAMPO DELLA POLITICA E DELLA CARRIERA.**

<< . . . CHI NON ATTACCA RISCHIA DI PERDERE LA SUA CAPACITA' DI DIFENDERSI. MIRARE AL PUNTO DEBOLE NELLA FORZA DEL LEADER E APPROFITTATENE. OGNI FORZA GENERA LA PROPRIA DEBOLEZZA: UN MANAGER EFFICIENTE E' SPESSO FREDDO E INSENSIBILE. ASSALITE SENZA TREGUA CON INTENSITA' E PRECISIONE. CERCATE LE CREPE MENO EVIDENTI NELLA PRETESA FORZA DEL LEADER. IN MOLTISSIMI CASI, CIO' CHE PARALIZZA I LEADER DI QUALSIASI SETTORE O PROFESSIONE E' L'APATIA CHE LA LEADERSHIP PORTA CON SE'; I LEADER TRADIZIONALI IMPIGRISCONO. ATTACCATE SUL FRONTE PIU'

RISTRETTO POSSIBILE: PIU' AREE SCEGLIETE DI ATTACCARE, PIU' COMPLESSA DIVENTA LA VOSTRA AZIONE E MENO PROBABILITA' AVETE DI COLPIRE IN PROFONDITA'. MENTRE CERCATE I PUNTI DEBOLI DEL NEMICO, FATE ATTENZIONE A NON SUSCITARE ALLARME O SOSPETTO. NON GUADAGNERETE NULLA INDUCENDO IL LEADER AD ATTACCARVI. ATTACCATE IL CONCORRENTE NEI PUNTI PERIFERICI. POTETE TROVARE MILLE PUNZECCHIATURE PER ATTRARRE L'ATTENZIONE DEL VOSTRO ANTAGONISTA SU QUELLA REMOTA POSIZIONE. RICORDATE: PIU' ARRECASTE DISTURBO, MEGLIO E'. MINACCIASTE L'AVVERSARIO NELLA SUA "SEDE" : CIO' DIMOSTRA LA SUA VULNERABILITA' NEL "LUOGO" DOVE TUTTI LO CREDONO INVINCIBILE. DISTRAETE GLI AVVERSARI METTENDO IN DUBBIO LA FEDELTA' DEI LORO ALLEATI. BRUCIASTE L'AVVERSARIO NEL TEMPO, RICOMPENSATE PROFUMATAMENTE I "DISERTORI" E ASSICURARSI DEI COLLABORATORI TRA LE LINEE NEMICHE : E' IMPORTANTE PROCURARSI TESTIMONIANZE DA PARTE DI CHI VIVE SOTTO LA "TIRANNIA" DEL LEADER. ATTACCATE IL NEMICO DOVE MENO SE LO ASPETTA; IL NOCCILO DELLA SORPRESA CONSISTE NEL FONDERE VELOCITA' E SEGRETEZZA. LASCIATE CHE VI DIPINGANO PIGRI E INNOQUI PRIMA DI SFERRARE UNA GRANDE OFFENSIVA, MA ANDATE AVANTI TESTARDAMENTE CON L'OFFENSIVA E UNA VOLTA INIZIATA LA "CAMPAGNA" NON LASCIATE CADERE IL RITMO. . . . >>.



1479)

LA CHIAVE DEL SUCCESSO?

<< . . . E' GUARDARE AL FUTURO. IL D.G. DEVE GUARDARE DIECI ANNI PIU' AVANTI, IL DIRETTORE CINQUE ANNI, IL CAPO SERVIZIO TRE ANNI, IL CAPO SEZIONE UN ANNO. TUTTAVIA, ALCUNI QUADRI, A VOLTE PERFINO QUALCHE DIRETTORE, SI PREOCCUPANO SISTEMATICAMENTE DI CIO' CHE E' ACCADUTO IERI O IL MESE SCORSO. UN'AZIENDA CHE VUOLE ANDARE AVANTI NON PUO' PERMETTERSI UNA SIMILE MENTALITA'. . . . >>.

1480)

LA STRATEGIA DI ATTACCO?

<< . . . SE SIETE TRA I NUMERI UNO E VI ATTACCANO, DOVETE CAPIRE CHE CIO' FA PARTE DEL PRIVILEGIO DI ESSERE I PRIMI DELLA LISTA. NON DOVETE PRENDERLA COME UN'OFFESA PERSONALE. DATE PER SCONTATO UN MARE DI CRITICHE, MA ESSERE BRAVI SIGNIFICA ANCHE DARE AGLI ALTRI LICENZA DI ATTACCARE. QUINDI, C'E' UNA BELLA DIFFERENZA TRA ESSERE NUMERI UNO ED ESSERE AL SICURO COME NUMERI UNO. I VANTAGGI DELLA LEADERSHIP SONO INSOSTITUIBILI. SE LI POSSEDETE, DIFENDETELI. MA COME ESATTAMENTE?

- MAI CHIAMARE L'ALTRO PER NOME. QUANDO DATE UN NOME AD UN ANTAGONISTA, RICONOSCETE CHE E' QUALCOSA DI PIU' DELLA RIGA DI UN ELENCO. MANTENETE ANONIMA L'OPPOSIZIONE. VOI SIETE IL LEADER!
- MANTENETE L'AMBIGUITA' SUL NUMERO DUE. NON DATEGLI L'ONORE DI DISTINGUERLO COME NUMERO DUE. DIPINGETE SEMPRE IL RIVALE COME UNO DEI TANTI CHE NON SONO ALLA VOSTRA ALTEZZA.
- NON PERMETTETE CHE I RIVALI VI CAMBINO LE CARTE IN TAVOLA.
- SFRUTTATE LE POSIZIONI ELEVATE. NON DOVETE MAI CEDERE LA POSIZIONE SUPERIORE DI CUI GODETE COME LEADER E SFRUTTARLA A VOSTRO VANTAGGIO.
- SAPPIATE QUANDO ATTIRARE IL FUOCO SULLA VOSTRA POSIZIONE. ANZICHE' LASCIARE CHE LO FACCIANO I VOSTRI CONCORRENTI, INTRAPRENDETE PER PRIMI LE AZIONI PIU' DURE CONTRO VOI STESSI. ANZICHE' IMPENSIERIRSI PER IL BISOGNO DI CAMBIARE, COMUNICATE I CAMBIAMENTI CON CHIAREZZA E DETERMINAZIONE.
- COSTRINGETE L'AVVERSARIO A "SPESE" MASSICCE. E' SEMPRE PIU' FACILE DIFENDERE CHE ATTACCARE.
- PRENDETEVI GIOCO DEL CONCORRENTE TEMERARIO.
- METTETE IN GIRO FALSI BERSAGLI. E' IMPORTANTE RICORDARE CHE LA CONCORRENZA E' SEMPRE IN ASCOLTO. PIU' FALSI BERSAGLI MANDIAMO IN GIRO SENZA CONFONDERCI A NOSTRA VOLTA, MEGLIO E'.
- SERVITEVI DELLA POLEMICA IN MODO INTELLIGENTE, CREANDO EVENTI CHE FACCIANO REALMENTE NOTIZIA, E' AMMESSO ESAGERARE. IL PUBBLICO ACCETTA OGGI COSE CHE AVREBBE RIFIUTATO DIECI ANNI FA, MA MANTIENE ALCUNI VALORI CHE NON SI POSSONO VIOLARE SENZA SUSCITARE UNA VIOLENTA REAZIONE.
- ASSOCIATE LA VOSTRA LEADERSHIP ALLA CULTURA D'AVANGUARDIA. . . . >>.



1481) **L'INDICE DI PENETRAZIONE DI UN PRODOTTO IN UN MERCATO?**

<< . . . NON E' DI PER SE' UN PARAMETRO ATTO ALLA MISURAZIONE DELLE POTENZIALITA' DI VENDITA DEL PRODOTTO. IL SUCCESSO COMMERCIALE DEL PRODOTTO, INTESO QUALE INDICE DI REGOLARE ADOZIONE DA PARTE DEI CONSUMATORI, DIPENDE DALLA DISPONIBILITA' DI QUESTI ULTIMI, UNA VOLTA CHE L'HANNO PROVATO, A RIPETERNE L'UTILIZZO E L'ACQUISTO CON REGOLARITA' E FEDELTA'. . . . >>.

1482 **TU CHE VUOI ESSERE UN LEADER, ACCETTI LA CRITICA O NO?**

<< . . . I CAPI CHE NON ACCETTANO LA CRITICA NON CAPISCONO CHE SPESSO I PROBLEMI SONO SMISURATAMENTE DIFFICILI PER L'INTELLIGENZA DI UN SOLO

UOMO. NON ACCETTANO CHE CIO' CHE HANNO OTTENUTO LO DEVONO ALLA FORTUNA, ALLE CIRCOSTANZE STORICHE, AL CASO, ALL'AIUTO DI ALTRE PERSONE, ALLA LORO SOLIDARIETA', ALLA LORO AMICIZIA, AL LORO LAVORO. SI SENTONO DEI PREDESTINATI, LO CONSIDERANO UN PROPRIO ESCLUSIVO MERITO. COSTORO, ALLORA, SI CIRCONDANO SOLO DI PERSONE SERVILI, CHE OSTENTANO UMILTA', CHE NON LI CONTRARIANO, CHE LI AIUTANO A CONTINUARE A CONSIDERARSI UNICI, STRAORDINARI. QUELLI ATTORNO NON LI COSTRINGONO A PORSI IN DISCUSSIONE, A CAMBIARE, AD ADATTARSI ALLE NUOVE CIRCOSTANZE. COSTORO, QUINDI, USANO IL POTERE PER IRRIGIDIRE IL MONDO NELLA SPERANZA CHE IL MONDO INTERO CESSI DI TRASFORMARSI. QUESTI CAPI SI AVVIERANNO A UNA INELUTTABILE E SOLITARIA ROVINA, POICHE' TUTTI, COMUNQUE, ASPETTANO UN PASSO FALSO PER SBRANARLI E DISTRUGGERLI. ... >>.

1483)

LA PUBBLICITA'?



<< . . . E' NECESSARIO RICORDARE CHE TRA LE VENDITE E L'INVESTIMENTO PUBBLICITARIO NON ESISTE SEMPRE UNA STRETTA CORRELAZIONE O UN EFFETTO DI SIMPATIA CHE SI SVILUPPA PARALLELAMENTE NEL TEMPO. NON E' DETTO, CIOE', CHE VARIAZIONI NEL BUDGET PUBBLICITARIO SI TRADUCANO AUTOMATICAMENTE IN VARIAZIONI POSITIVE O NEGATIVE NEI RISULTATI DI VENDITA. COME SI E' SEMPRE SOTTOLINEATO, LE VENDITE DI UN PRODOTTO SONO IN STRETTA CORRELAZIONE ALLA DOMANDA DI MERCATO, ALLO SFORZO COMPLESSIVO DI MARKETING SVILUPPATO DALL'IMPRESA, ALL'AMBIENTE COMPETITIVO E AD ALTRI FATTORI COME VARIAZIONI NEL PREZZO DI VENDITA O NELLA QUALITA' DEL PRODOTTO. L'INVESTIMENTO PUBBLICITARIO COME SUPPORTO ALL'AZIONE DI VENDITA, NEL TENTATIVO DI INFLUENZARE LE OPINIONI E LE PERCEZIONI DEI CONSUMATORI, HA, COMUNQUE, IL RUOLO DI RAPPRESENTARE UN POTENZIALE SFRUTTAMENTO PER SCOPI PREVISIONALI.

... >>.

1484) AQUILA NON CAPIT MUSCAS: *L'AQUILA NON PRENDE LE MOSCHE.*

1485) **ORGANIZZAZIONE SIGNIFICA AUTORITA' E RESPONSABILITA'?**

<< . . . SENZA LEADERSHIP NON CI SARA' MAI L'OTTIMIZZAZIONE DELLA QUALITA'. L'AUTORITA' SI PUO' DELEGARE, LE RESPONSABILITA' NO. UN MANAGER DEVE LAVORARE E SFORZARSI PER NON DOVERE ESSERE SEMPRE PRESENTE FISICAMENTE. CHI NON E' IN GRADO DI "GESTIRE" I PROPRI SUBORDINATI NON E' UN BUON MANAGER. CHI E' IN GRADO DI GESTIRE I PROPRI SUPERIORI PUO' ESSERE CONSIDERATO UNA PERSONA COMPLETA. PER POTERE PERSUADERE QUALCUNO CHE OCCUPA UNA POSIZIONE D'AUTORITA' BISOGNA ESSERE IN POSSESSO:

- ◆ DEI DATI GIUSTI
- ◆ DELLE CONOSCENZE GIUSTE
- ◆ DELLE OPINIONI GIUSTE . . . >>.

1486) APPETITUS RATIONI OBOEDIANT: *I DESIDERI DEVONO OBBEDIRE ALLA RAGIONE.*



1487) **E' AUSPICABILE LA PIENA OCCUPAZIONE?**

<< . . . NON BISOGNA NASCONDERSI DI FRONTE A FATTI SPICCIOLI MA REALI. E' CHIARO CHE SE SI RAGGIUNGESSE LA PIENA OCCUPAZIONE, IN UN CLIMA DI BENESSERE ESAGERATO O SE TUTTI FOSSERO COSTRETTI A PRENDERSI UN TITOLO DI STUDIO, TUTTI SAREBBERO RILUTTANTI AD ACCETTARE I LAVORI PERICOLOSI, SPORCHI E NOIOSI. PERCIO' SAREBBE QUASI AUSPICABILE UN ABBASSAMENTO DELL'OCCUPAZIONE AFFINCHÉ IL MERCATO DEL LAVORO SIA PIU' FLUIDO. . . . >>.

1488) **COME FARE CRESCERE IL BISOGNO DEL CAPO?**

<< . . . OCCORRE INCORAGGIARE LA CREAZIONE DI LUOGHI DI LAVORO IN CUI SI ACCORDI FIDUCIA AI SUBORDINATI. ESPONETE AI VOSTRI SUBORDINATI LA VOSTRA POLITICA E, SE NECESSARIO, DATE LORO L'AUTORITA' E LASCIATELI LIBERI DI LAVORARE. SE COMMITTONO DEGLI ERRORI CONSIDERATELI COME UN MODESTO PREZZO DA PAGARE PER LA LORO CRESCITA. CREATE UN'ATMOSFERA IN CUI TUTTI POSSANO ESPRIMERE LA PROPRIA OPINIONE LIBERAMENTE: DAI CAPI SERVIZIO, AGLI OPERAI. IL MANAGER DEVE ESSERE SAGGIO (CONOSCENZA+ESPERIENZA), CALMO, DISTACCATO, MA DOTATO DI SPIRITO COMBATTIVO IN MODO CHE AL MOMENTO OPPORTUNO SI SENTA IL BISOGNO DELLA SUA PRESENZA. . . . >>.

1489)

A PROPOSITO DE ... L'ILLUSIONE



LA REALTÀ È UNA SEMPLICE
ILLUSIONE,
SEBBENE MOLTO PERSISTENTE.
A.EINSTEIN

... IL PIÙ SOLIDO PIACERE DI QUESTA VITA È IL PIACERE VANO DELLE ILLUSIONI. ... (G. L.)

<< ... LA RELIGIONE CONSISTE DI UN INSIEME DI **ILLUSIONI** CHE L'UOMO MEDIO PENSA DI CREDERE E VORREBBE CHE FOSSERO VERE. (MARK TWAIN). ... NULLA È PIÙ FACILE CHE **ILLUDERSI**, PERCHÉ CIÒ CHE OGNI UOMO DESIDERA, CREDE ANCHE CHE SIA VERO. (DEMOSTENE). ... LA FACOLTÀ D'**ILLUDERCI** CHE LA REALTÀ D'OGGI SIA LA SOLA VERA, SE DA UN CANTO CI SOSTIENE, DALL'ALTRO CI PRECIPITA IN UN VUOTO SENZA FINE, PERCHÉ LA REALTÀ D'OGGI È DESTINATA A SCOPRIRE L'**ILLUSIONE** DOMANI. E LA VITA NON CONCLUDE. NON PUÒ CONCLUDERE. SE DOMANI CONCLUDE, È FINITA. (LUIGI PIRANDELLO). ... SIAMO ESSERI INUTILI E IMPERFETTI TRAVESTITI DA SAGGI E ARROGANTI ARTEFICI DEL NOSTRO DESTINO. CI RACCONTIAMO BALLE (>**ILLUSIONI**) TUTTO IL GIORNO. (VASCO ROSSI). ... SENZA LE **ILLUSIONI** NON CI SARÀ QUASI MAI GRANDEZZA DI PENSIERI, NÉ FORZA, IMPETO E ARDORE D'ANIMO, NÉ GRANDI AZIONI CHE PER LO PIÙ SON PAZZIE. (GIACOMO LEOPARD). ... L'UOMO NON CONOSCE ALTRA FELICITÀ SE NON QUELLA CHE EGLI SI VA IMMAGINANDO, E POI, FINITA L'**ILLUSIONE**, RICADE NEL DOLORE DI SEMPRE. (SOFOCLE). ... L'IGNORANTE È INCAPACE DI SOGNARE E SPERARE, POICHÉ È PRIVO DI **ILLUSIONI**. (ADRIANO PIATTONI). ... REGIMI DEMOCRATICI POSSONO ESSERE DEFINITI QUELLI NEI QUALI, DI TANTO IN TANTO, SI DÀ AL POPOLO L'**ILLUSIONE** DI ESSERE SOVRANO. (BENITO MUSSOLINI). ... FINO A QUANDO GLI UOMINI NON AVRANNO IMPARATO A DISCERNERE, SOTTO QUALUNQUE FRASE, DICHIARAZIONE E PROMESSA MORALE, RELIGIOSA, POLITICA E SOCIALE, GLI INTERESSI DI QUESTE O QUELLE CLASSI, ESSI IN POLITICA SARANNO SEMPRE, COME SONO SEMPRE STATI, VITTIME INGENUE DEGLI INGANNI E DELLE **ILLUSIONI**. (LENIN). ... IL PIÙ GRANDE NEMICO DELLA CONOSCENZA NON È L'IGNORANZA, È L'**ILLUSIONE** DELLA CONOSCENZA. (STEPHEN HAWKING). ... COS'È LA VITA? DELIRIO. COS'È LA VITA? **ILLUSIONE**, APPENA CHIMERA ED OMBRA, E IL MASSIMO BENE È UN NULLA, PERCHÉ TUTTA LA VITA È SOGNO, E I SOGNI, SONO SOLO SOGNI. (PEDRO CALDERÓN DE LA BARCA). ... IN DEFINITIVA, SI PUÒ AFFERMARE CHE L'UOMO NASCE SENZA DENTI, SENZA CAPELLI E SENZA **ILLUSIONI**, E MUORE LO STESSO: SENZA CAPELLI, SENZA DENTI E SENZA **ILLUSIONI**. (ALEXANDRE DUMAS - PADRE). ... >>.

1490)

QUAL E' IL LEGAME TRA CONSUMO E RICCHEZZA?

<< . . . LA PROPENSIONE A CONSUMARE E' ABBASTANZA GRANDE NELLE SOCIETA' ECONOMICAMENTE ARRETRATE, CON ESSA SI TENDE AD ASSICURARE L'OCCUPAZIONE DI TUTTE LE BRACCIA. LA PROPENSIONE A CONSUMARE DIMINUISCE VIA VIA CHE LA SOCIETA' DIVENTA SEMPRE PIU' RICCA CON LA CONSEGUENTE ACCUMULAZIONE DI CAPITALE. E POICHE' LA FORMAZIONE DI CAPITALE FA DIVENTARE RICCA LA SOCIETA', NE CONSEGUE CHE PROMUOVERE L'ARRICCHIMENTO DELLA SOCIETA' SIGNIFICA LA DIMINUZIONE DEL CONSUMO. CHI SOSTIENE CIO' VORREBBE AMMETTERE, CONTRARIAMENTE AD ALTRI, CHE NEL CAPITALISMO IL CONSUMO NON E' IL FINE DELL'ATTIVITA' ECONOMICA. ... >>.

1491) BREUS ESSE LABORO, OBSCURO FIO: *MI SFORZO DI ESSERE BREVE E DIVENTO OSCURO.*

1492) << . . . LA SOCIETA' NON PUO' SMETTERE DI PRODURRE PIU' DI QUANTO POSSA SMETTERE DI CONSUMARE. . . . >>.

1493) << ... **GUAI** PER QUELL'**AZIENDA** IN CUI **UN MANAGER** CERCA DI SOPRAVVIVERE TENENDO **TUTTO FERMO**, IMPEDENDO AGLI ALTRI DI FARE. BISOGNA CONSIDERARE COSTUI UN **PERSONAGGIO SUBDOLO** CHE, PERALTRO, RIESCE A **PRESENTARSI** AI SUPERIORI CON UN **VOLTO SCHIETTO, ONESTO, CORDIALE**. MENTRE, NEI RAPPORTI CON I PARI E GLI INFERIORI, E' **DIVORATO** DALLA **PAURA** E DALL'**INVIDIA**, PER CUI **DISTRUGGE COLORO CHE POSSONO EMERGERE**, CHE POSSONO **AVERE SUCCESSO**. FINCHE', **ALLONTANATI TUTTI I MIGLIORI, ACCUMULA** NELLE SUE MANI UN **ENORME POTERE** E **GESTISCE L'IMPRESA** IN MODO TERRORISTICO, MANDANDOLA, A POCO A POCO, **IN ROVINA**. ... >>.

1494)

COME COMUNICARE COL MONDO?

... SONO INDISPENSABILI:

UMILTÀ, AUTONOMIA, PERSONALITÀ, CORAGGIO, ...



<< ... NELL'**ERA DELLA COMUNICAZIONE**, FORSE QUELLO IN CUI SIAMO SEMPRE MENO BRAVI È PROPRIO **COMUNICARE: ASCOLTARE** E POI **PARLARE**. ... VELOCITÀ, PRESSIONE, DISTRAZIONI, RIVALITÀ, CONFLITTUALITÀ, ANTIPATIA, ... SI INNESTANO SU UNA **BASE-CERVELLARE NON SOLIDA**: IN REALTÀ **NESSUNO CE LO HA MAI INSEGNATO A COME COMUNICARE COL PROSSIMO**, COI COLLABORATORI, IN FAMIGLIA, IL TEMA È VASTISSIMO, ... IL **SAPER PARLARE NON È PRIORITARIO SUL SAPERE ASCOLTARE**; PREPARARE UN MESSAGGIO COINVOLGENTE, IL SAPER **CREARE LEGAME/CONNESSIONE CON L'ALTRO, NON È FACILE**: PERCHÈ **SE IL CANALE DI COMUNICAZIONE NON È APERTO, ANCHE LA COSA PIÙ INTELLIGENTE NON VERRÀ NÉ ASCOLTATA NÉ CAPITA**. ... SPUNTI DI RIFLESSIONE E STRUMENTI CONCRETI PER **CAPIRE MEGLIO CHI ABBIAMO DAVANTI** E PER **EVITARE ERRORI AUTOLESIONISTI**, ... CON ATTENZIONE ANCHE **IN FAMIGLIA, IN SOCIETÀ, AL LAVORO, ... >>**.

1495) BONIS NOCET QUI MALIS PARCET: *CHI RISPARMIA I MALVAGI DANNEGGIA I BUONI.*

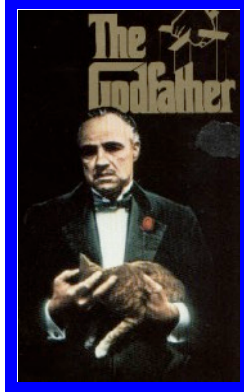
1496) << . . . IL **DISPREZZO PER LA TEORIA, L'ESALTAZIONE DEL CONCRETO, DELLA PRATICA, DEL FAI DA TE**, PORTA PARADOSSALMENTE PROPRIO A **NON SAPER FARE DA SE'** NEI CAMPI PIU' DIFFICILI E DELICATI. QUELLI IN CUI **OCCORRE CREATIVITA' E ORIGINALITA'**. I CAMPI IN CUI **NON BASTANO LE RICETTE SEMPLICI**. I CAMPI IN CUI NON ESISTONO ESPERTI CONSACRATI, IN CUI NOI SOLI DOBBIAMO TROVARE LA SOLUZIONE. PERCIO', **SOLO UNA CULTURA GENERALE SPECULATIVA, STORICA, UMANISTICA E SCIENTIFICA** PUO' **ATTIVARE TUTTI GLI STRUMENTI DEL PENSIERO** >>.

1497) BIS DAT QUI CITO DAT: *DA' DUE VOLTE CHI DA' PRONTAMENTE.*

1498) << ... LA **GUERRA** E' TALVOLTA **NECESSARIA** PROPRIO **PERCHE' LA POLITICA NON SEMPRE RIESCE A TENERE A FRENO IL DISORDINE** E PER **SCONFIGGERE LA VIOLENZA** E' COSTRETTA A **RICORRERE ALLA VIOLENZA**. ... >>.

1499)

CHI È IL BOSS ?



<< ... IL **"BOSS"** È COLUI CHE RISOLVE I PROBLEMI, COLUI CHE DA SICUREZZA, DEVE ESSERE MOLTO STIMATO E MOLTO AMATO. DEVE SAPERE ASCOLTARE CON PAZIENZA, RISOLVERE LE DIFFICOLTÀ PIÙ AGGROVIGLIATE IN UN ISTANCE. DEVE ESSERE SEMPRE IMPERTUBABILE NELLE AVVERSITÀ, RINCORARE GLI ALTRI, STIMOLARLI, GUIDARLI, SORREGGERLI. NON DEVE AVERE NE' CAPRICCI NE' MALUMORI. DEVE PRODIGARSI, SPENDERSI, DARE L'ESEMPIO. DEVE ANCHE ESSERE FORTUNATO, SPIETATO, EFFERATO E MOLTO TEMUTO. ... >>.

1500) FACIT EXPERIENTIA CAUTOS: *L'ESPERIENZA RENDE CAUTI E PRUDENTI.*

1501)

A PROPOSITO DI ... SCUOLA (ALL'ALBA DEL 3° MILLENNIO)



<< ... I **RAGAZZI CONDANNATI** 1) A UNA PREPARAZIONE-SCOLASTICA/FORMAZIONE MEDIOCRE (LO "STUDIO" SEMBRA NON ESSERE PIÙ UN "VALORE"); 2) A UNA **CULTURA/EDUCAZIONE SCADENTI O FINTE/APPARENTI** (SPECIE IN CERTE SCUOLE PUBBLICHE) O, ADDIRITTURA, **INDOTTI A**: 3) L'IGNORANZA, L'INCAPACITÀ DI "SOGNARE" E DI CREARE; 4) A NON SAPERE COLTIVARE IL DUBBIO VERSO LE **VERITÀ DI "GREGGE"**; 5) A UNA DIFFUSA **PASSIVITÀ CRITICA, SENZA IDEALI**:

DIVENTANO PIÙ FACILMENTE VITTIME DEL POTERE E DEI SUOI "INTERESSI PERSONALI".

... PENSO CHE, COSÌ, SI AVRANNO CITTADINI "DEBOLISSIMI", INDIFESI, **SUCCUBI** DI OGNI **INFLUENZA** IMPROVVISATA, SUPERFICIALE, GROSSOLANA, OTTUSA, "BOTTEGAIA/MERCANTILE", ROVINANDO LA **SCUOLA** E LA **GIOVENTÙ** SI FERIRÀ/ANNULERÀ, COSÌ, GRAVEMENTE, ANCHE IL **POPOLO/PAESE-ITALIA**, LA **POLITICA** (IMPURITRITA!), IL SISTEMA DEMOCRATICO, LE LIBERTÀ INDIVIDUALI, LA CONSAPEVOLEZZA DEI DIRITTI, I FUTURI CITTADINI, IN TALI CONDIZIONI, SARANNO PIÙ FRAGILI, INDIFESI E MANIPOLABILI ANCHE DA IDEE DI **POLITICI MEDIOCRI** (SENZA MERITI/NULLAFACENTI), **SOPRATTUTTO, I GIOVANI** NON SARANNO CAPACI PIÙ DI **SPERARE/DESIDERARE/ASPIRARE/...** . CIÒ È UN **GRANDE PROBLEMA STORICO-POLITICO**; PER CUI, NEL PROSSIMO FUTURO, SI AVRANNO CONSEGUENZE NEFASTE, INTOLLERABILI, FALLIMENTARI. ... FAVORENDO IL SUCCESSO DI **MOVIMENTI INCOLTI/IGNORANTI/SEMPLIFICATORI/...**, CI SI ILLUDERÀ DI RISOLVERE LA **DEBOLEZZA CULTURALE/POLITICA DELLA SOCIETÀ** a) **SENZA UNA VERA DIALETTICA/LOTTA DEMOCRATICO-SINDACALE** O b) **CON SOLUZIONI SEMPLICISTICHE/ROZZE MA "VISTOSE"**. ... >>.

1502)

L'IMMATURITA' LEGATA AL LAVORO?

<< . . . E' IMMATURO L'UOMO CHE SI OCCUPA ESCLUSIVAMENTE DEL PROPRIO LAVORO, CHE SE LO PORTA A CASA, CHE NON SA PARLARE D'ALTRO, CHE DELEGA ALLA MOGLIE LA GESTIONE DELLA VITA QUOTIDIANA E DEI FIGLI. MA E' IMMATURA LA DONNA CHE VIVE SOLO LA SUA VITA DOMESTICA, CHE NON SEGUE L'ATTIVITA' DEL MARITO, NON LO CAPISCE, NON LO SEGUE NELLA SUA EVOLUZIONE E NON VUOLE VENIRE DISTURBATA NELLE SUE ABITUDINI E NEI SUOI RITI. QUESTO TIPO DI IMMATURITA' SI PRESENTA SPESSO SOTTO FORMA DI INGRATITUDINE. . . . >>.

1503)

L'INFLUENZA DELLA GUERRA FREDDA NELL'ECONOMIA MONDIALE?

<< . . . QUEL PO' DI PROSPERITA' CHE SI E' AVUTA E' STATA IN GRAN PARTE IL SOTTOPRODOTTO DELLA SITUAZIONE MONDIALE DI GUERRA FREDDA. CON ESSA SI E' VISTO CHE LE RECESSIONI PERICOLOSE SI POTEVANO EVITARE CON LE SPESE MILITARI. PER GIUSTIFICARE GLI ARMAMENTI SI ATTIVAVANO LE TENSIONI INTERNAZIONALI. QUALCUNO PENSAVA CHE LA CURA ERA MOLTO PEGGIORE DEL MALE. MA, VISTA LA SITUAZIONE ATTUALE, ERA PROPRIO COSI'? . . . >>

1504) IMPOTENTIAM EXCUSAT LEGEM: *L'IMPOSSIBILITA' DISPENSA DALL'OSSERVANZA DELLA LEGGE.*

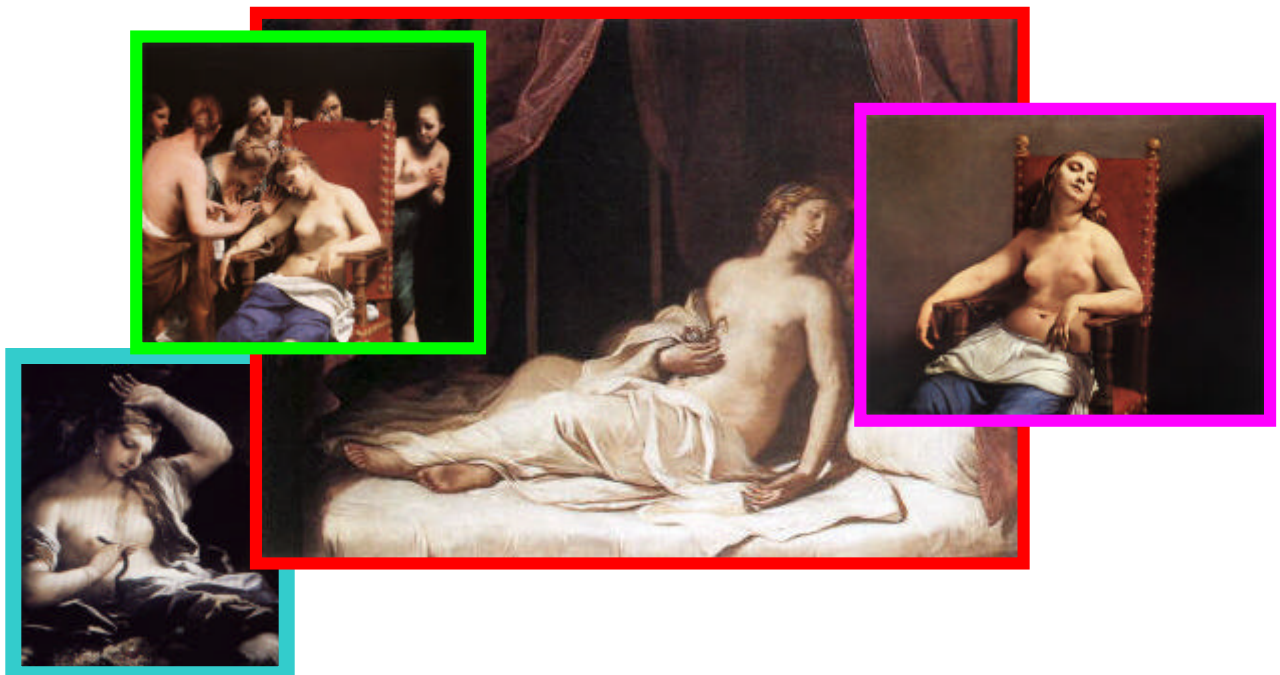
1505)

EFFETTI DELLA GLOBALIZZAZIONE?

<< . . . SI RICORDI CHE E' LA SITUAZIONE MONDIALE CHE ALLA FINE DETERMINA DESTINI INESTRICABILMENTE INTRECCIATI. ANCHE PER LE NAZIONI CHE OGGI SONO PIU' PROSPERE, LE PROSPETTIVE FUTURE SONO OSCURE: ALTRO CHE "LEGA NORD", PADANIA, SECESSIONE, ECC. >> .

1506)

"SUICIDI" DI CLEOPATRA



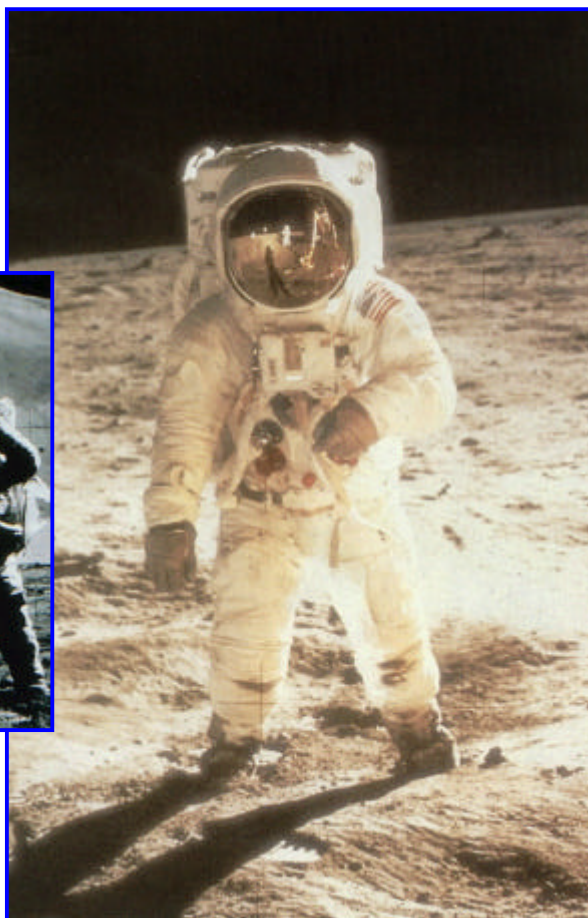
1507) **LE QUATTRO REGOLE DI VITA PER SBAGLIARE DI MENO?**

<< ...

- NON SEGUIRE MAI LA TENDENZA DOMINANTE. SI FINIREBBE PER ESSERE SUPERFICIALI, DOGMATICI, PRIVI DI SPIRITO CRITICO. I VINCENTI DEL DOMANI SONO QUELLI CHE HANNO IDEE NUOVE, ORIGINALI, CHE SI BATTONO CONTRO IL CONFORMISMO.
- SE TI SEMBRA CHE NON SUCCEDA NIENTE DI NUOVO, ALLORA VUOL DIRE CHE E' GIA' SUCCESSO E TU NON TE NE SEI ACCORTO. IL MONDO MUTA IN CONTINUAZIONE IN TUTTI I CAMPI. SE NON ABBIAMO L'IMPRESSIONE DI CAMBIAMENTI, VUOL DIRE CHE CI SIAMO RINCHIUSI NEI NOSTRI CONVINCIMENTI.
- OGNI DIFFICOLTA', OGNI SVANTAGGIO, PUO' SEMPRE ESSERE TRASFORMATO IN VANTAGGIO. BASTA GUARDARE CIO' CHE E' SUCCESSO COME SE FOSSE UNA OPPORTUNITA' DA SFRUTTARE.
- SE UN OSTACOLO E' TROPPO FORTE, INSUPERABILE, VUOL DIRE CHE QUELLA STRADA E' SBAGLIATA. E' INUTILE LOGORARSI PER COMBATTERE CONTRO UN AVVERSARIO INVINCIBILE. NELLA VITA CI SONO ALTRE METE ALTRETTANTO VALIDE. ... >>.

1508) INTUTA QUAE INDECORA: *NON E' SICURO CIO' CHE NON E' DECOROSO.*

1509) <<... **SONO LE PERSONE**



CHE FANNO GRANDI LE IMPRESE... >>.

1510) **I SEGRETI DEL SUCCESSO NELLE SITUAZIONI DIFFICILI?**

<< . . . PER RIUSCIRE IN UNA DIFFICILE IMPRESA OCCORRONO UNA FORMIDABILE MOTIVAZIONE ED UNA STRAORDINARIA TENACIA. OCCORRE TENERE FERMA L'ATTENZIONE SULLA META PER MESI O PER ANNI, SENZA DEBOLEZZE, SENZA RIPOSO, SEMPRE ATTENTI, VIGILANTI. PER RIUSCIRE, PERCIO', NOI DOBBIAMO FARCI ASSORBIRE DALLA META, PRODIGARCI, SPENDERCI, METTERCI IN GIOCO. VOLER VINCERE SIGNIFICA CONFRONTARCI CON GLI ALTRI E, QUINDI, RISCHIARE, OGNI VOLTA, LA SCONFITTA. L'ACCETTAZIONE DEL LIMITE, DEL FALLIMENTO, LA CONSAPEVOLEZZA CHE TUTTO QUELLO CHE FAI E' PRECARIO, E' L' "UMILTA". IL VALORE STA PROPRIO NEL FARLO ANCHE SE C'E' LA PRECARIETA', ANCHE SE IL RISULTATO SARA' CONDIZIONATO DALL'INGIUSTIZIA. NESSUNO DI NOI PUO' DIPENDERE SOLTANTO DALL'OPINIONE, DAI GIUDIZI, DAL CHIASSO DEGLI ALTRI. SE SIAMO COLPITI DAL FALLIMENTO, DALL'INGIUSTIZIA, DAL DOLORE BASTA CHE NOI FACCIAMO UN ATTO MORALMENTE ISPIRATO E SIAMO SALVI >>.



1511) **QUAL E' LA RICETTA PER "SFONDARE"?**

<< . . .

- AFFRONTARE I PROBLEMI LADDOVE GLI ALTRI SI SONO ARRESI
 - FARE CRESCERE LE RISORSE UMANE (CON BASSO TURNOVER) PER LE IDEE E L'INNOVAZIONE
 - POI OCCORRONO TRE QUALITA': IL PRODOTTO, IL PRODOTTO E ANCORA IL PRODOTTO
 - NON DEVE MANCARE IL MESSAGGIO GIUSTO DA TRASMETTERE AI CONSUMATORI
- (L'ALTA QUALITA' E IL PREZZO BUONO NON BASTANO PER ASSICURARE IL SUCCESSO DI UN PRODOTTO) >>.

1512) << . . . TUTTI I "TALENTI" POSSEDUTI DA OGNI PERSONA DEBONO GIOVARE PRIORITARIAMENTE A SE STESSA E AL SUO PIENO SVILUPPO CON L'OBIETTIVO CHE CIASCUNO POI USI SOCIALMENTE I BENI CHE POSSIEDE, TUTTE LE FACOLTA' DI CUI E' DOTATO E I RISULTATI DELLA SUA CRESCITA. . . . >>.

1513)

"QUESTO MONDO DEVE ANDARE AVANTI!"

**PERCIÒ, LA "NATURA" IMPONE DI "LIBERARE"
L'ADOLESCENZA PER FARE "PROGREDIRE" L'"UMANITÀ".
SE NO, PRIMA O DOPO, LA "NATURA" SI VENDICHERÀ
(CON PANDEMIE, GUERRE, CATASTROFI NATURALI, ...)!**



**L'ADOLESCENZA (PERIODO TRA ~11÷18 ANNI) È IL PERIODO DELLA VITA UMANA IN CUI SEMBREREBBE CHE LA NATURA INNESCHI, NEL GIOVANE (UOMO O DONNA) I GERMI-SEMI/IDEE/... NUOVI (DI: DESIDERI, CAPACITÀ CREATIVA, CARATTERE, ATTITUDINI, TENDENZE/ORIENTAMENTI, "SOGNI"-OBIETTIVI, ...) PER FARE EVOLVERE LA UMANITÀ". ...
... AL CONTRARIO, L'UMANITÀ RACCOGLIERÀ CIÒ CHE SEMINA! ...**

<< ... Gli **ADULTI** (in particolare, i **GENITORI**), nei confronti degli **ADOLESCENTI**, DEVONO **ESPRIMERE SENTIMENTI** di: **PRESENZA/VIGILANZA ATTIVA/DISCRETA, TOLLERANZA, GUIDA COSTRUTTIVA** (verso un **FUTURO IGNOTO** a **TUTTI**), **DIFESA** contro **CHIUNQUE, CONDIVISIONE, TUTELA, SOSTEGNO, PROTEZIONE** (da **TUTTI: nessuno escluso**), **RIPARO, DIALOGO/CONFRONTO POSITIVO** (nel merito), **CRITICA UTILE** all'**ADOLESCENTE, OGGETTIVO RICONOSCIMENTO DEI MERITI**, È UN **GRAVISSIMO ERRORE** (soprattutto, **contro NATURA**) assumere **ATTEGGIAMENTI** di: **EGOISMO** (conta solo la "MIA IMMAGINE"), **FRENO, GUIDA DEMOLITRICE** (IO sono IO e Tu sei una "NULLITÀ!"), **INTOLLERANZA, INSOFFERENZA, SETTARISMO, CENSURA A SENSO UNICO, CRITICA NEGATIVA, IMPOSIZIONE, PREPOTENZA, SOPRAFFAZIONE, UNIFORMAZIONE-OMOLOGAZIONE** al **CONFORMISMO "ESTERNO": SUCCUBI DI CRITERI/COSTUMI VECCHI/ARCAICI, "DI FACCIATA"** e tendenti al "**RIBASSO**", **MINIMIZZANDO/IGNORANDO MERITI/QUALITÀ**,
DUNQUE? GENTE:

FATE PROGREDIRE LA "SPECIE UMANA" CHE SI PROIETTA NEL FUTURO!

LA "DISUBBIDIENZA" È LA SOLA FONTE DI CREATIVITÀ E DI PROGRESSO:

<<IN CIASCUN ADOLESCENTE C'È PIÙ DI QUANTO GLI "ADULTI" SAPPIANO!>>

... >>

1514) USUS MAGISTER EST OPTIMUS: LA PRÁTICA E' INSOSTITUIBILE MAESTRA.

1515) **MA LA "PATRIA" DI TUTTI, OGGI, E' ... LA NS TERRA?**

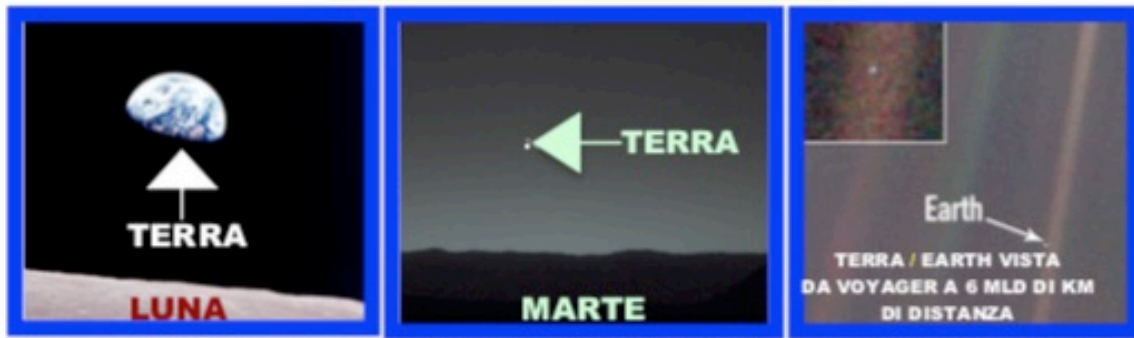


FOTO DELLA TERRA VISTA DALLA LUNA, DA MARTE E DA VOYAGER: ... L'ITALIA, L'AMERICA, LA RUSSIA, LA CINA, L'EUROPA, L'AFRICA, L'INDIA, ... DOVE SONO? ... E CHE DIRE DELL'EMIGRAZIONE/IMMIGRAZIONE SULLA TERRA? ...

<< ... " ... **PATRIA**, CHE VUOL DIRE **PATRIA**. LA **PATRIA DI CHI?** LA **PATRIA** DEGLI SCHIAVI E DEI CITTADINI CHE POSSEDEVAN GLI SCHIAVI? LA **PATRIA** DI MELETO O LA **PATRIA** DI SOCRATE MESSO A MORTE CON LE LEGGI DELLA **PATRIA**? LA **PATRIA** DEGLI ATENIESI O LA **PATRIA** DEGLI SPARTANI CHE PARLAVANO LA STESSA LINGUA DEGLI ATENIESI PERÒ SI SQUARTAVANO TRA LORO COME MOLTI SECOLI DOPO AVREBBERO FATTO I FIORENTINI E I SENESI, I VENEZIANI E I GENOVESI, I FASCISTI E GLI ANTIFASCISTI? E' DA QUANDO HO IMPARATO A LEGGERE CHE MI SI PARLA DI **PATRIA: AMOR PATRIO, ORGOGLIO PATRIO, PATRIA BANDIERA**. E ANCORA NON HO CAPITO COSA VUOL DIRE. ANCHE MUSSOLINI PARLAVA DI **PATRIA**, ANCHE I REPUBBLICANI CHE NEL MARZO DEL '44 ARRESTARONO MIO PADRE E FRACASSANDOLO DI BOTTE GLI GRIDAVANO SE-NON-CONFESSI-DOMATTINA-TI-FUCILIAMO-AL-PARTEP. ANCHE HITLER. ANCHE VITTORIO EMANUELE III E BADOGGIO. ERA **PATRIA** LA LORO O LA MIA? E PER I FRANCESI LA **PATRIA** QUAL È? QUELLA DI DE GAULLE O QUELLA DI PÉTAIN? E PER I RUSSI DEL '17 QUAL ERA? QUELLA DI LENIN O QUELLA DELLO ZAR? IO NE HO ABBASTANZA DI QUESTA PAROLA IN NOME DELLA QUALE SI SCANNA E SI MUORE.

LA MIA PATRIA È IL "MONDO"

E NON MI RICONOSCO NEI COSTUMI E NELLA LINGUA E NEI CONFINI DENTRO CUI IL CASO MI HA FATTO NASCERE." ... (a.F.) >>.

1516) **SUL SERVIZIO, I MANAGER, ALLE PAROLE, DEVONO FARE SEGUIRE I FATTI?**

<< ... UNA **CRISI** DEL **SERVIZIO AL CLIENTE** SI STA ADDENSANDO SU TUTTO IL MONDO COMMERCIALE E **MOLTI MANAGER NON LO SANNO** E QUELLI CHE SE NE RENDONO CONTO, RARAMENTE RIESCONO A TROVARE IL MODO DI AFFRONTARLA. IL **PREZZO DI QUESTA IGNORANZA** SARA' ALTO: NEGLI ANNI '90 **MIGLIAIA DI AZIENDE S'INDEBOLIRANNO E FALLIRANNO** A CAUSA DELLA LORO INCAPACITA' DI FORNIRE UN EFFICACE **SERVIZIO AI CLIENTI**. I FRUTTI LI COGLIERANNO LE **POCHE IMPRESE CONSAPEVOLI** CHE E' NECESSARIO UN **SERVIZIO** DI PRIMO ORDINE E CHE COMPIONO I PASSI INDISPENSABILI PER POTERLO EROGARE. NEL CAMPO DEL **SERVIZIO AL CLIENTE** L'INSUFFICIENZA E' DI CASA; **MOLTE AZIENDE SONO IN CONDIZIONI SPAVENTOSE, DAL PUNTO DI VISTA DELLA QUALITA' TOTALE**. I **CLIENTI** VANNO ACQUISENDO UNA **MAGGIORE CAPACITA' DI VALUTARE IL SERVIZIO**. SONO SEMPRE PIU' **DELUSI** E PIU' CHE MAI DECISI A FARE I LORO AFFARI ALTROVE. LA **FEDELTA' DEL CLIENTE** HA SUBITO PER ANNI UN'**EROSIONE** A CAUSA DEL **PESSIMO SERVIZIO**. ... >>.

1517) IMAGO ANIMI SERMO EST: LA PAROLA E' L'IMMAGINE DELLA MENTE.

1518) **AUTORITA' E AUTORITARISMO: DIFFERENZA?**

<< ... L'**AUTORITA'** E' **RICONOSCIUTA** DAI **COLLABORATORI**. E' IL RISULTATO DELLA **CONOSCENZA** PIU' **L'ESPERIENZA**, DELLA **CAPACITA' DI COMPRENDERE LA REALTA'**, DI **COMUNICARE**, DI **MOTIVARE**, **FAR CRESCERE IL PERSONALE** INTORNO, DI **CONDIVIDERE I SUCCESSI** E I **FALLIMENTI**

DEL PROPRIO SETTORE. L'AUTORITARISMO E' UN ATTEGGIAMENTO "GIUSTIFICATO" SOLO DALL'INCOMPETENZA, DALL'EGOISMO, DALLA DIFFIDENZA NEI CONFRONTI DELLA NATURA UMANA, DALLA DIFFICOLTA' DI COMUNICARE, DAL TERRORE DI SBAGLIARE. QUINDI, ESSO RAPPRESENTA UNA COMODA CORTINA FUMOGENA DIETRO LA QUALE SI CELA, COMUNQUE, L'IGNORANZA E L'ARROGANZA INTELLETTUALE. ... >>.

1519)

A PROPOSITO DI ... **FOLLA-POPOLO**



<< ... ANCHE SE **NESSUNO È PERFETTO**, OGNI PERSONA, IN QUESTO **PIANETA-TERRA**, È **UNICA E PREZIOSA**: ... **"GRAZIE"** DI **ESSERE NATO** E DI **ESISTERE ASSIEME A TUTTE LE ALTRE PERSONE CHE MI STANNO INTORNO!** ... A MIO PARERE, È GIUSTA L'**"ESORTAZIONE"**: **CRESCETE E MOLTIPLICATEVI**, **RISPETTANDO LA NATURA/VITA DI TUTTI GLI ESSERI VIVENTI!** ...
... (sg+fd) >>.

1520)

IL SERVIZIO AL CLIENTE PAGA, E NON COSTA?

<< ... PAGA IN MOLTI MODI, IL PRIMO DEI QUALI E' LA FIDELIZZAZIONE. MOLTE AZIENDE CAPISCONO CHE ACQUISIRE UN CLIENTE COMPORTA UN COSTO, MA NON CONSIDERANO CHE ANCHE PERDERLO NE COMPORTA UNO. INFATTI COSTA CINQUE O SEI VOLTE DI PIU' ACQUISIRE UN CLIENTE NUOVO PIUTTOSTO CHE TRATTARE CON CLIENTI ABITUALI O DI VECCHIA DATA. L'UFFICIO CONSUMATORI DEGLI U.S.A. HA ADDIRITTURA ELABORATO UNA FORMULA PER CALCOLARE QUANTO COSTA PERDERE UN CLIENTE. QUINDI, PERCHE' UN BUON SERVIZIO PRODUCA ALTI PROFITTI BASTA:

- RENDERSI CONTO CHE E' UNO STRUMENTO SIA DI MARKETING CHE DI MANAGEMENT. ESSO ACCRESCE L'EFFICACIA DEL MARKETING PERCHE' INDUCE I CLIENTI A TRASMETTERE INFORMAZIONI SUL SERVIZIO DA VOI FORNITO E SULL'AZIENDA IN GENERALE. RICORDATE: IL MODO MENO COSTOSO DI ACQUISIRE I CLIENTI E' IL "PASSAPAROLA", QUELLO CHE DI VOI DICE LA GENTE, LA COSIDDETTA "PUBBLICITA' BOCCA A BOCCA". L'IMPEGNO PER UN BUON SERVIZIO FINISCE PER COINVOLGERE TUTTA L'AZIENDA NELL'OBIETTIVO DI SODDISFARE IL CLIENTE. IL RISULTATO SARA' L'AUMENTO DI PRODUTTIVITA', DEI PROFITTI, SEMPLICEMENTE PERCHE' DAL MANAGEMENT AGLI OPERAI, TUTTI LAVORANO PER I MEDESIMI SCOPI.
- SVILUPPARE UN SISTEMA DI SERVIZIO AL QUALE SIA FACILE ACCEDERE DA PARTE DEI VOSTRI CLIENTI.
- IMPLEMENTARE I PROGRAMMI E LE STRATEGIE PER CONQUISTARE LA FEDELTA' DEL CLIENTE, IN MODO DA ACCRESCERE LE POSSIBILITA' CHE I VOSTRI CLIENTI INDIRIZZINO NUOVI COMPRATORI VERSO LA VOSTRA AZIENDA. ... >>.

1521)

**A PROPOSITO DELLA ... QUALITÀ?
È IL FATTORE DISCRIMINANTE DEL SUCCESSO!**

<< . . . SIA NELL'AMBITO DELL'INDUSTRIA CHE IN QUELLO DELLA DISTRIBUZIONE, E' SEMPRE E SOLO LA QUALITA' DEL SERVIZIO CHE DIFFERENZIA LE SOCIETA' DI SUCCESSO DAL RESTO DEL GREGGE, MA MOLTI DIRIGENTI SONO INCREDIBILMENTE LENTI A REALIZZARLO. . . . >>.



1522) NEMO LAEDITUR NISI A SEIPSO: *I MAGGIORI DANNI CI VENGONO DA NOI STESSI.*

1523) **IL "SERVIZIO AL CLIENTE" E' SOLO POLITICA DI CHIACCHIERE?**

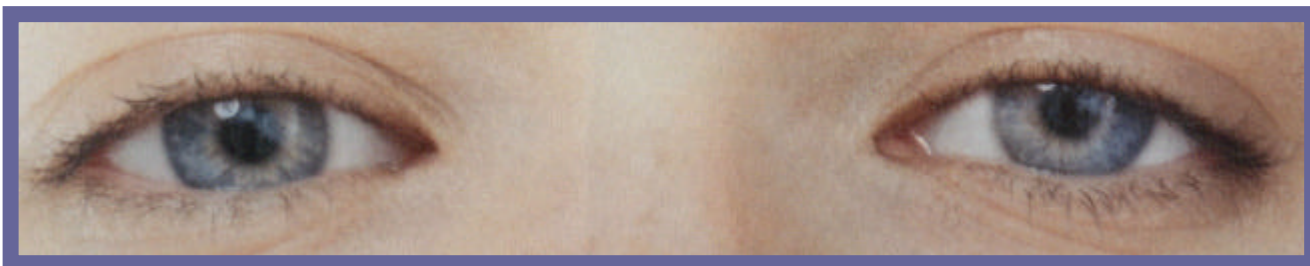
<< . . . IL SERVIZIO AL CLIENTE SI RIDUCE TROPPO SPESSO A GRANDI CHIACCHIERE. LA DEDIZIONE ALLA CLIENTELA E' IL MESSAGGIO CHE DA' RISALTO PUBBLICITARIO ALL'IMMAGINE AZIENDALE, LA NOTA DOMINANTE NELLE RELAZIONI ANNUALI, LA SAGGEZZA RIVELATA DEI CONSULENTI. QUANDO DOMANDI A UN MANAGER SE IL SERVIZIO AL CLIENTE SIA L'ARMA VINCENTE NELL'ARENA COMMERCIALE ED ECONOMICA, FANNO QUASI TUTTI UN SOLENNE CENNO AFFERMATIVO CON LA TESTA E SI METTONO A RICAMARE VARIAZIONI SULL'ETERNO TEMA DEL "CLIENTE" RE, CHIAVE, NUMERO UNO, PERSONA DALLA QUALE RICEVIAMO DA VIVERE, ECC... EPPURE, NONOSTANTE TUTTA LA CONSAPEVOLEZZA E LE BELLE PAROLE, I MANAGER RARAMENTE RIESCONO AD AGIRE PER EROGARE UN DECENTE SERVIZIO. E' RE IL "CLIENTE"? DOMANDATELO AI CONSUMATORI CHE HANNO CERCATO DI FARE RIPARARE L'AUTOMOBILE IN POCO TEMPO, AL PREZZO GIUSTO E IN MODO CHE NON PERDESSE LE RUOTE SUBITO DOPO, O CHE HANNO ASPETTATO CINQUE GIORNI PER AVERE TUTTI I RICAMBI NECESSARI. MALGRADO LA "VENERAZIONE" ESPRESSA DAGLI UOMINI D'AFFARI NEI CONFRONTI DEL "CLIENTE" , CIRCOLANO STORIE RACCAPRICCIANTI CHE SI FANNO CONCORRENZA: SONO SULLA BOCCA DI TUTTI COME IL SESSO E LE STORIELLE SUI CARABINIERI. . . . >>.

1524) <<... **“VAE SOLI”**:... **GUAI A CHI E' SOLO** ... >>.

1525) **VENGONO PRIMA I PROBLEMI AZIENDALI O QUELLI COL CLIENTE?**

<< . . . ALCUNE AZIENDE SONO CANDIDATE AI DISASTRI. SONO COSI' AVVILUPPATE DALLA LORO REALTA' QUOTIDIANA, CHE DIMENTICANO CHE LE IMPRESE OPERANO PER I CLIENTI. ESAURISCONO TUTTE LE PROPRIE ENERGIE CERCANDO DI SVOLGERE LE LORO ATTIVITA' PRIMA DI CONSIDERARE SE STANNO SVOLGENDO QUELLE GIUSTE. PER LA MAGGIORANZA DI ESSE LA SOPRAVVIVENZA E' IL GIOCO PRINCIPALE. E SPESSO E' PIU' FACILE CERCARE LE RAGIONI PER NON FARE QUALCOSA, PIUTTOSTO CHE NON IL CONTRARIO. MA, RIMANDARE UN PROGRAMMA DI RELAZIONI COI CLIENTI E' UNA RICETTA SICURA PER UN DISASTRO. L'ELEMENTO CRUCIALE, IN OGNI PROGRAMMA DI RAPPORTI COI CLIENTI, E' INCOMINCIARE OGGI. . . . >>.

1526) << . . . ASCOLTATE LE QUESTIONI CHE SORGERANNO TRA I VOSTRI FRATELLI E GIUDICATE CON GIUSTIZIA FRA UN INDIVIDUO E IL PROPRIO FRATELLO, O UNO STRANIERO. NON ABBIATE RIGUARDO NEL GIUDICARE. PORGETE ASCOLTO AL PICCOLO COME AL GRANDE. NON ABBIATE PAURA DEGLI UOMINI: PERCHE' LA GIUSTIZIA APPARTIENE A DIO >>.



1527) << . . . IL MONDO E' UN CONDOMINIO TRA LA MALVAGITA' E LA PAZZIA. >>.

1528)

UN MERCATO “SATURO”? **QUELLO DELL’AUTO**

<< . . . L'AUTO NON E' CERTO UN PRODOTTO MATURO. E' INDISPENSABILE PER LAVORARE E PER MUOVERSI. ALCUNI MERCATI, PERO', HANNO RAGGIUNTO UN EQUILIBRIO TRA IL PARCO CIRCOLANTE E IL NUMERO DEI CITTADINI. IN QUESTI PAESI OGGI L'INDUSTRIA SI LIMITA A **SOSTITUIRE** LE AUTO PIU' VECCHIE E NON A FRONTEGGIARE UN SOVRACONSUMO LEGATO AI TREND DI MODA. IN PIU', I CONSUMATORI SONO SPINTI A RITARDARE GLI ACQUISTI E QUESTO RIMANDARE LA DECISIONE FA VENDERE MENO AUTOMOBILI, FA CADERE IL MERCATO ANCHE DEL 30%. . . . >>.

1529)

IL POTERE DELLA PAROLA?

<< . . . L'EDEN ESISTE. LE PAROLE POSSONO COSTITUIRE UNA SORTA DI EDEN DOVE TUTTI POSSONO ENTRARE O USCIRE A PIACIMENTO, SENZA DANNO, E OGNI VOCABOLO E' BUONO, ASSAPORABILE, UTILIZZABILE CON AUTORITA'. LE PAROLE SONO IL FRUTTO DELL'IMMAGINAZIONE CHE SI RIBELLA ALLA VERTICALITA' DEL MONDO. . . . >>.

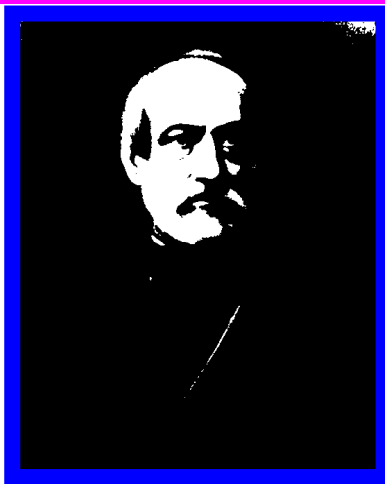
1530)

UNA VISIONE AZIENDALE A LUNGO TERMINE PREVEDE UNA FORTE ATTENZIONE AL CLIENTE?

<< ... LA SENSAZIONE DI IRREALIZZABILITÀ DEGLI OBIETTIVI E' SPESSO IL RISULTATO DI UNA VISIONE A BREVE TERMINE E RISTRETTA DEL PROBLEMA DA PARTE DEL MANAGER, DELLA MANCANZA DI PROPENSIONE A PENSARE IN MODO COSTRUTTIVO E CON OTTIMISMO ALLE ESIGENZE DEI CLIENTI. INSOMMA, E' UNA SCUSA PER MANTENERE LO STATUS QUO. PERCIO' IL LEADER VERO DEVE DIMOSTRARSI APERTO ALL'INNOVAZIONE, RICETTIVO VERSO MODI DIVERSI E MAGARI MIGLIORI DI CONDURRE GLI AFFARI, AVERE GRANDI IDEE, E' CONVINTO CHE SI POSSA REALIZZARE QUASI TUTTO QUELLO CHE VOGLIONO I CLIENTI E SONO DISPOSTI A RIMETTERSI IN DISCUSSIONE E DI FRONTE ALLE LORO CRITICHE E LAMENTELE, INVESTONO TEMPO, DENARO E COMPIONO OGNI SFORZO PER SODDISFARLI COMPLETAMENTE. ... >>.

1531)

A PROPOSITO ... DELLA DONNA



GIUSEPPE MAZZINI (1805-1872): DAI "DOVERI DELL'UOMO"

<< ... "L'ANGIOLO DELLA FAMIGLIA È LA DONNA. MADRE, SPOSA, SORELLA, LA DONNA È LA CAREZZA DELLA VITA, LA SOAVITÀ DELL'AFFETTO DIFFUSA SULLE SUE FATICHE, UN RIFLESSO SULLO INDIVIDUO DELLA PROVVIDENZA AMOREVOLE CHE VEGLIA SULL'UMANITÀ: SONO IN ESSA TESORI DI DOLCEZZA CONSOLATRICE CHE BASTANO AD AMMORZARE QUALUNQUE DOLORE. ED ESSA È INOLTRE PER CIASCUN DI NOI L'INIZIATRICE DELL'AVVENIRE. [...] AMATE, RISPETTATE LA DONNA. NON CERCATE IN ESSA SOLAMENTE UN CONFORTO, MA UNA FORZA, UNA ISPIRAZIONE, UN RADDOPPIAMENTO DELLE VOSTRE FACOLTÀ INTELLETTUALI E MORALI. CANCELLATE DALLA VOSTRA MENTE OGNI IDEA DI SUPERIORITÀ: NON NE AVETE ALCUNA. UN LUNGO PREGIUDIZIO HA CREATO, CON UNA EDUCAZIONE DISUGUALE E UNA PERENNE OPPRESSIONE DI LEGGI, QUELL'APPARENTE INFERIORITÀ INTELLETTUALE, DALLA QUALE OGGI ARGOMENTANO PER MANTENERE L'OPPRESSIONE." ... >>.

1532)

LA GERARCHIA NEL SERVIZIO?

<< ... LA PRESENZA DI PIU' LIVELLI GERARCHICI INIBISCE LA COMUNICAZIONE E LA COMPrensIONE PERCHE' SI INTERPONGONO PIU' BARRIERE TRA I MASSIMI RESPONSABILI CHE STABILISCONO GLI STANDARD E IL PERSONALE DI FIRST LINE. I LIVELLI GERARCHICI RENDONO LE IMPRESE RESTIE A CAMBIARE E LENTE AD ADATTARSI. RIDUCENDO I LIVELLI GERARCHICI NEL SERVIZIO, L'AZIENDA SAPRA' REAGIRE RAPIDAMENTE E IN MODO FLESSIBILE E AGILE. PERMETTE AI MANAGER DI ESSERE PIU' VICINI AI CLIENTI E DI CAPIRNE LE ESIGENZE E LE ASPETTATIVE. ... >>.

1533)

LA POLITICA?

<< ... IO CREDO CHE **LA POLITICA** DEBBA AVERE COME **OBIETTIVO** IDEE FORTI, UTOPIE, **PROGETTI PER IL FUTURO**. BISOGNA COSTRUIRE "LA CITTA' DEL SOLE" **NON BADARE SOLO AI CONTI DELLA SERVA**. ... >>.

1534) << ... LE **INFRASTRUTTURE** DEL "**SERVIZIO**" DEVONO ESSERE IL PIU' POSSIBILE **FLESSIBILI**, PERCHE' **ALTRIMENTI** SAREBBE **DIFFICILE** ARMONIZZARE, RIEQUILIBRARE LA CAPACITA' DI SERVIZIO E LA SUA DOMANDA. ... COMUNQUE, **FARE ECONOMIA** NON RISOLVE NIENTE; **CHI RISPARMIA NEL SERVIZIO** QUASI SEMPRE **CI PERDE**. ... >>.

1535) << ... **OGGI?** SIAMO ANCORA "**INCIVILI**": L'**EVOLUZIONE/PROGRESSO DELL'UMANITÀ** SI AVRÀ QUANDO I **SESSI/GENERI** NON SARANNO SOLO 2 (IL **MASCHIO** E LA **FEMMINA**) MA QUANDO LA **NORMALITÀ** SARÀ "**LGBTQ+**" ... >>.

1536) << ... LA **SCIENZA NON FORNISCE CERTEZZE**; **NON** FORNISCE UN SAPERE CHE POSSA ASPIRARE AD UNA **VALIDITA' INCONDIZIONATA E ASSOLUTA**. **NELLA SCIENZA** NE' GLI ASSERTI UNIVERSALI NE' GLI ASSERTI SINGOLARI SONO **CERTI: TUTTO È RELATIVO, NULLA È ASSOLUTO**. ... NON LE LEGGI, NE' LE COSIDDETTE CONSTATAZIONI DI FATTO. INFATTI, OGNI PROPOSIZIONE EMPIRICA, QUALUNQUE SIA IL NUMERO DELLE CONFERME RICEVUTE, RESTA SMENTIBILE IN VIA DI PRINCIPIO. ... >>.

1537) << ... OCCORRONO LE **CONCENTRAZIONI** E LE **ALLEANZE** PER **BATTERE LA CRISI**. ... >>.

1538)

A PROPOSITO DI ...

ABITUDINE/CONFORMITÀ/...



<< ... L'**ABITUDINE** (**NON VITALE/INDISPENSABILE**) È **LA PIÙ INFAME DELLE MALATTIE** PERCHÉ CI FA ACCETTARE QUALSIASI CONDIZIONE, DISGRAZIA, DOLORE, MORTE, IMPOSIZIONE, TRADIZIONE, PER **ABITUDINE** SI VIVE ACCANTO A PERSONE ODIOSE, SI IMPARA A "PORTARE LE CATENE", A SUBIRE INGIUSTIZIE, A SOFFRIRE, CI SI RASSEGNA AL DOLORE, ALLA SOLITUDINE, ..., A TUTTO. L'**ABITUDINE** È **IL PIÙ SPIETATO DEI VELENI** PERCHÉ ENTRA IN NOI LENTAMENTE, SILENZIOSAMENTE, CRESCE A POCO A POCO NUTRENDOSI DELLA NOSTRA INCONSAPEVOLEZZA, E QUANDO SCOPRIAMO D'**AVERLA ADDOSSO** OGNI FIBRA DI NOI S'È ADEGUATA, OGNI GESTO S'È CONDIZIONATO, **NON ESISTE PIÙ "CURA"** CHE POSSA GUARIRCI. ... (O.F., f.d.) >>.

1539) PECUNIAM IN LOCO NEGLIGERE MAXIMUM EST INTERDUM LUCRUM: **RINUNCIARE AL DENARO A TEMPO DEBITO COSTITUISCE ALLE VOLTE IL MAGGIOR GUADAGNO**.

1540) << . . . IL "CLIENTE" E' LA LINFA VITALE DEL BUSINESS DI UNA QUALSIASI IMPRESA. EGLI MERITA IL TRATTAMENTO PIU' PREMUROSO, CORTESE E PROFESSIONALE CHE POSSIATE RISERVARGLI. IL "CLIENTE" NON E' QUALCUNO CON CUI SOSTENERE DISPUTE O GARE D'INGEGNO. . . . >>.

1541) << . . . RICORDATE! IN OGNI OCCASIONE I VOSTRI DIPENDENTI SONO LA PRIMA LINEA DEI VOSTRI CLIENTI. QUESTI "CLIENTI INTERNI" DEVONO ESSERE TRATTATI CON LA STESSA CURA, RISPETTO E CONSIDERAZIONE DEI VOSTRI CLIENTI/ COMPRATORI ESTERNI. SE VOLETE CHE I VOSTRI COLLABORATORI FORNISCANO UN SERVIZIO SUPERIORE E CHE SI ADOPERINO PER CONSERVARE LA CLIENTELA, DOVETE DARE UN SERVIZIO SUPERIORE ANCHE AI VOSTRI DIPENDENTI E LAVORARE PER CONSERVARLI. . . . >>.

1542) << . . . DOPO UN PERIODO IN CUI LE IDEE SEMBRAVANO CORRERE PIU' VELOCI DEI FATTI, I FATTI SI SONO MESSI A CORRERE PIU' VELOCI DELLE IDEE. ABBIAMO NOMI PER CONFLITTI CHE NON CI SONO PIU'. E STANNO NASCENDO CONFLITTI PER I QUALI NON ABBIAMO NOMI. E COSI', DOPO ANNI DI TRAVESTIMENTI E DI MOBILITA', LA STORIA HA RICOMINCIATO A CORRERE NUDA, SENZA CHE LA CULTURA ABBAIA AVUTO IL TEMPO D'IMBASTIRE ALMENO UNA CAMICIA PER COPRIRLA. STIAMO APPUNTO ASPETTANDO LA FORZA DI NUOVE PAROLE CHE RIESCANO AD ACCIUFFARE E A RIVESTIRE LE COSE. PER ORA INVANO. . . . >>.



1543) << . . . E' MOLTO FACILE PER UN CONCORRENTE PRATICARE I VOSTRI STESSI PREZZI, DARE GLI STESSI TIPI DI GARANZIA, FORNIRE UN SERVIZIO VASTO E CORTESE COME IL VOSTRO. SE SUCCEDDE QUESTO, L'UNICA COSA CHE PUO' INDURRE UN CLIENTE A SCEGLIERE VOI, E' IL "SERVIZIO AD ALTO VALORE AGGIUNTO" CHE FORNITE: SIATE COMPETITIVI SUI VANTAGGI, NON SUI PRODOTTI O I PREZZI". . . . >>.

1544)

LA GIUSTIZIA?

<< . . . L'ATTENZIONE, LA PRUDENZA E L'UMANITA' DEVONO ESSERE ALLA BASE. SPESSO SI PUO' NON COGLIERE A SUFFICIENZA IL DISCRIMINE FRA EQUITA' E INIQUITA', IL PUNTO IN CUI LA SOFFERENZA INFLITTA DA UNA REGOLA GIUSTA AGLI INGIUSTI DIVIENE ESSA STESSA INGIUSTIZIA. ANCHE SE NON SI PUO' NON CONCEDERE A CHI GIUDICA UN MARGINE D'ERRORE UMANO. . . . >>.

1545)

LA DISPONIBILITA' DEL PERSONALE?

<< . . . SE IL PERSONALE NON E' DISPOSTO, NON CONDIVIDE, NON E' MOTIVATO, ECC... LA QUALITA' NE RISENTE. LA DISPONIBILITA' A FORNIRE LE PRESTAZIONI SI PUO' DEFINIRE (SPECIE NEI SERVIZI) UNO SFORZO DISCREZIONALE, LA

DIFFERENZA TRA IL MASSIMO IMPEGNO E CURA CHE UN INDIVIDUO PUO' METTERE NEL PROPRIO LAVORO E IL MINIMO SFORZO RICHiesto PER EVITARE DI ESSERE LICENZIATO O PENALIZZATO. I DIPENDENTI CHE COMPIONO IL 100% DELLO SFORZO DISCREZIONALE POSSONO RENDERE MOLTO MENO COL TEMPO PER AVERE TRATTO POCHÉ GRATIFICAZIONI, PER IL CLIMA NEGATIVO, O ANCHE PERCHÉ SI RENDONO CONTO CHE SONO RARI QUEI COLLEGHI CHE DANNO IL MASSIMO NEL LAVORO. QUESTO COME IL TURNOVER PORTANO A UNA SCADENTE QUALITÀ DEL "SERVIZIO". . . . >>.

1546) << . . . LA FORZA DELL'ITALIA STA NELLE SUE PORTENTOSE PICCOLE E MEDIE INDUSTRIE. E' LA MEDIA INDUSTRIA L'IMPRESSONANTE VANTAGGIO COMPETITIVO CHE L'ITALIA HA SU MOLTI ALTRI PAESI, E DEVE FARCI AFFIDAMENTO. . . . >>.

1547)

COME MISURARE IL "SERVIZIO"?

<< . . . CON VALUTAZIONI SEMPLICI, ACCESSIBILI A TUTTI, FACILMENTE AGGIORNABILI. HA POCO SENSO CREARE PODEROSI SISTEMI DI MISURA. VALUTARE IL FUNZIONAMENTO O LA QUALITÀ DEL SERVIZIO E' UNA COSA COMPLETAMENTE DIVERSA DALLA MISURAZIONE DELLA QUALITÀ DI UN PRODOTTO. PERCHÉ IL " SERVIZIO " E' UN'ESPERIENZA. I MIGLIORI SISTEMI DI MISURAZIONE SI BASANO SU TRE DIVERSI ASPETTI DEL " SERVIZIO ": IL METODO/PROCESSO, IL PRODOTTO E LA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE. . . . >>.



1548)

I CRITICI?

<< . . . LI PREFERISCO UN PO' IN CARNE, INCLINI A UN'ONESTA PINGUEDINE. SIGNIFICA CHE STANNO MOLTO SEDUTI, CHE LEGGONO I LIBRI PRIMA DI RECENSIRE. . . . >>.

1549)

IL SERVIZIO ECCELLENTE?

<< . . . FORNIRE UN SERVIZIO ECCELLENTE E' INCREDIBILMENTE DIFFICILE, E' UNA SFIDA MOLTO PIU' GRANDE DI QUELLA DELLA LEADERSHIP SUL TERRENO DELLA TECNOLOGIA, DEI COSTI O DELLA QUALITÀ DEL PRODOTTO. PERCIO', PER LE AZIENDE MEDIOCRI IL " SERVIZIO " SI RIDUCE TROPPO SPESSO A GRANDI CHIACCHIERE. LA DEDIZIONE ALLA CLIENTELA E' IL MESSAGGIO CHE DA' RISALTO PUBBLICITARIO ALL'IMMAGINE AZIENDALE. . . . >>.

1550) << . . . SPESSO NON SI E' CAPACI DI GIUDIZI, . . . LA MAGGIOR PARTE DELLE PERSONE E' SOLO CAPACE DI COLTIVARE QUALCHE PREGIUDIZIO. . . . >>.

1551)

LA CORRUZIONE ITALIANA?

<< . . . ALL'INIZIO E' COME QUANDO IN CAMPAGNA SI RIVOLTA UNA PIETRA. UNO SA CHE SOTTO VI SONO I VERMI, MA NON IMMAGINA QUANTI. SICCHE' UN MOTO DI RIBREZZO E' IMMANCABILE. . . . >>.

1552)

LA VITA?

<< . . . NON E' QUELLA CHE SI E' VISSUTA, MA QUELLA CHE SI RICORDA E COME LA SI RICORDA PER RACCONTARLA. . . . >>.

1553) << . . . L'ERRORE PIU' GRANDE CHE POSSIAMO FARE E' QUELLO DI CERCARE NEGLI ALTRI QUALITA' CHE NON HANNO, TRASCURANDO DI ESALTARE QUELLE CHE REALMENTE POSSIEDONO. . . . >>.

1554) **PERCHE' IL LEADER, CIOE' IL CAPO DI UN GRUPPO DI INDIVIDUI, DEVE ESSERE UNA PERSONA DI QUALITA' ESEMPLARE, NON UNO QUALUNQUE?**



SIFONE PIENO D'ACQUA

<< . . . NON CI SONO DUBBI, LE LEGGI BIOLOGICHE RISPONDONO A FINALITA' SOCIALI. CIOE', ESSE SONO LEGATE FILOGENETICAMENTE ALLA VITA E AL FUNZIONAMENTO DELL'ORGANIZZAZIONE DEI GRUPPI DI INDIVIDUI. L'ESPERIMENTO DEI "**TOPI SOMMOZZATORI**" CHIARISCE PERFETTAMENTE QUESTA "**DIALETTICA**" TRA LA **BIOLOGIA** E LA **SOPRAVVIVENZA DI UN "GRUPPO DI SOGGETTI VIVENTI"**. PIU' PRECISAMENTE, UN GRUPPO DI TOPI VIENE SISTEMATO IN UN LUOGO DOVE L'UNICA SORGENTE ALIMENTARE NON E' ACCESSIBILE, SE NON ATTRAVERSANDO, TRA GROSSI RISCHI E DIFFICOLTA', UN SIFONE PIENO D'ACQUA; CIOE' GLI ALIMENTI SI TROVANO ALL'ESTREMITA' DI UN PERCORSO CHE BISOGNA AFFRONTARLO IN APNEA. I TOPI DETESTANO GRANDEMENTE QUESTA SITUAZIONE. MALGRADO CIO', SI PUO' COSTATARE CHE ALCUNI DI ESSI (SEMPRE GLI STESSI DURANTE L'ESPERIMENTO), DOPO QUALCHE TEMPO, SI SACRIFICANO, CONSACRANDOSI A TUFFARSI E PRENDERE GLI ALIMENTI PER TUTTO IL GRUPPO. A SUA VOLTA, SE SI ELIMINANO DAL GRUPPO QUESTI TOPI SOMMOZZATORI, IL NUOVO GRUPPO COSTITUITO DA TOPI NON SOMMOZZATORI GENERA ALTRI TOPI SOMMOZZATORI CHE PROCURERANNO ANCORA IL CIBO PER TUTTI. INFINE, SE SI SELEZIONA UN GRUPPO COSTITUITO ESCLUSIVAMENTE SOLO DA TOPI SOMMOZZATORI, DOPO QUALCHE TEMPO SI POTRANNO IDENTIFICARE NEL GRUPPO, NUOVAMENTE, LE DUE CATEGORIE DI TOPI: SOMMOZZATORI E NON. OVVERO, ANCORA UNA VOLTA DEI VOLONTARI ANDRANNO A CERCARE GLI ALIMENTI E GLI ALTRI NE APPROFITTERANNO. TALE CAPACITA' DELLA BIOLOGIA DEGLI ESSERI VIVENTI DI "**AUTOREGOLAZIONE SOCIALE**" CHE PERSISTE NELL'ISTINTO ANIMALE E CHE IMPEDISCE I CONFLITTI, L'UOMO, PURTROPPO, L'HA PERSA IN GRAN PARTE NEL CORSO DELLA SUA EVOLUZIONE. E' ANCHE PER QUESTO CHE LE FAMIGLIE, LE

AZIENDE E LE SOCIETA', CHE NECESSITANO DI UN'ORGANIZZAZIONE PER GRUPPI, DEVONO CREARE GLI "STRUMENTI UMANI" CHE CON LE LORO QUALITA' ESUBERANTI SUPPLISCANO A TALE CARENZA E CONSENTANO, COSI', LA "SOPRAVVIVENZA DEI GRUPPI" (FAMIGLIA/AZIENDE/SOCIETA'). IN PARTICOLARE, I CAPI, I MANAGER/LEADER NON DEVONO ESSERE SCELTI A CASO (NON E' VERO CHE L'UNO VALE L'ALTRO), MA DEVONO ESSERE PERSONE DI QUALITA' ADEGUATE (SI RICORDI CHE LA **QUALITA'** E' LA SOMMA: **NOZIONI+RELAZIONI+ELABORAZIONE**), CHE SAPPIANO ESPRIMERE APPROPRIATA **LEADERSHIP** (CIOE' CAPACITA' COMPENSATIVE). E CIO' PER NON DOVERE GESTIRE PIU' TARDI CONFLITTI DEVASTANTI, INCONTROLLABILI E DISTRUTTIVI. ... >>.

1555) A PROPOSITO ... DELLA GIOIA/FELICITA'



<< ... NON PUOI ESSERE **FELICE** SENZA LAVORARE SODO, FARE SACRIFICI, STUDIARE INTENSAMENTE, LA **FELICITÀ** NON CONSISTE NEL TENERSI AL RIPARO DAL "MALE"; MA, TALVOLTA, NELL'ESSERE RISPARMIATI (ANCHE FORTUNATAMENTE): LA **FELICITÀ** PUÒ "ESPLODERE" DOPO IL "MALE". ANCHE SE SI SUBISCE UN ACCANIMENTO DI: VIOLENZE, DELUSIONI, INSULTI, REATI, FALLIMENTI, LUTTI, ... OCCORRE ESSERE CAPACI SEMPRE DI RIALZARSI, SORRIDERE, ASSAPORARE/GUSTARE LA CONVIVENZA, LA QUIETE, IL RIPOSO, IL SONNO, L'OZIO, IL "DOLORE", I DISPIACERI FANNO PARTE DELLA TRAMA DELLA "VITA". ATTENZIONE, TALVOLTA, CONTARE SULLA **FELICITÀ** NON BASTA. NON SOLO PERCHÉ LA "VITA" SI OSTINA A "FERIRE" LA PERSONA, MA PERCHÉ LA **FELICITÀ** STA NELL'INTIMITÀ/PRIVACY DEL SILENZIO, DEL PENSIERO, DELLA MEMORIA, DELLA MENTE. ... ESSERE **FELICI** DERIVA SEMPLICEMENTE (ANCHE) DAL NON CHIEDERSI SE SI È PIÙ **FELICI**. LA DELIZIA DERIVA SPESSO DALLA SCOMPARSA DELLE DOMANDE. LA **FELICITÀ** NON DURA (NON DEVE PERSISTERE): È COME LO ZUCCHERO CHE SI DISSOLVE NELL'ACQUA. LE PREOCCUPAZIONI, I DUBBI, LE DOMANDE, I PROBLEMI, ... (SOVENTE) SI DISSOLVONO NELL'EUFORIA. LA **BEATITUDINE/SERENITÀ**, CERTE VOLTE, SI PALESA COME UNA PROTEZIONE: DIPENDE DALLA NOSTRA PREPARAZIONE/CULTURA: ESSA CESSA COME LA GRAZIA DI UN BALLERINO O DI UN PIANISTA. ... COSÌ COME L'ESERCIZIO FISICO, LO SPORT NON PRODUCONO GENIALITÀ (MA CONTRIBUISCONO AD ESSA), LA **SAGGEZZA, L'EQUILIBRIO, LA MISURA, L'ERUDIZIONE** NON PRODUCONO **FELICITÀ** MA LA PREDISPONGONO/PREPARANO. ... >>.

1556) ORIGINI DELL'INFEDELTA' DEL CLIENTE?

<< ... I CLIENTI INTERROMPONO I RAPPORTI D'AFFARI CON UN'AZIENDA PER LE SEGUENTI RAGIONI:

- 1% PER MORTE
- 3% PER TRASFERIMENTO
- 5% SI DEDICA AD ALTRI TIPI DI INTERESSI/ATTIVITA'
- 9% ENTRA IN RAPPORTI CON LA CONCORRENZA
- 14% E' INSODDISFATTO DEL PRODOTTO O DEL SERVIZIO
- 68% NON E' SODDISFATTO DEL TRATTAMENTO CHE HA RICEVUTO.

DA QUESTE PERCENTUALI SI DEDUCE CHE PER FIDELIZZARE IL CLIENTE SI PUO' INFLUIRE SU OLTRE IL 96% DELLE RAGIONI PER CUI IL CLIENTE SI PUO' DISAFFEZIONARE. ... >>.

1557) L'IMPORTANZA DELLA "CLIENTELA INTERNA"

<< ... NON PUO' SVILUPParsi UN EFFICACE SERVIZIO ALLA CLIENTELA ESTERNA IGNORANDO CHE ESISTE UN'ALTRA CLIENTELA PIU' PREZIOSA E MERITEVOLE DI PRIMARIA ATTENZIONE: LA "CLIENTELA INTERNA", IL VOSTRO PERSONALE.

OCCORRE DEDICARE AI VOSTRI DIPENDENTI LE STESSE PRESTAZIONI DI SERVIZIO E DI FIDELIZZAZIONE CHE ESPRIMETE VERSO I COMPRATORI DEL VOSTRO PRODOTTO. I DIPENDENTI SONO ANCHE CLIENTI. I LORO FAMILIARI SONO I SOCI DELLA VOSTRA AZIENDA. DOVETE LAVORARE PER SODDISFARLI E CONSERVARLI. E' FALLIMENTARE E DISASTROSA UNA POLITICA BASATA SU DEMOTIVAZIONE/TURNOVER FORZATI. COME PER LA PERDITA DI UN CLIENTE ESISTE UN COSTO, ANCHE E SOPRATTUTTO, PER LA FUORIUSCITA DI UNA PERSONA ESPERTA (COSTO DELLA BUONUSCITA,COSTI ASSUNZIONE,COSTI DI INSERIMENTO E FORMAZIONE NUOVO DIPENDENTE,COSTI DELLE OCCASIONI MANCATE PER INESPERIENZA,COSTI DEI RITARDI SUL LAVORO,COSTI DA IMMAGINE NEGATIVA CAUSATI SEMPRE DALLA ROTAZIONE,COSTI PER LA CRESCITA DI DISAFFEZIONE, ECC...). IL VOSTRO BUSINESS NON PUO' SOPRAVVIVERE IN UN'ALTALENA TRA PERDERE PERSONALE (SPECIE SE QUALIFICATO,ESPERTO,ANZIANO,ECC...) E CERCARNE DI NUOVO. . . . >>.

1558) << . . . UN'AZIONE NON HA VALORE MORALE SE LA FACCIAMO PER EVITARE UN DANNO O PER AVERE UN VANTAGGIO. NON E' MORALE FARE IL BENE PER PAURA DELL'INFERNO O PER DESIDERIO DEL PARADISO. UN'AZIONE HA VALORE MORALE SOLO SE NON VIENE COMPIUTA IN VISTA DI QUALCHE INTERESSE O PER PAURA DI UNA PUNIZIONE. LA PERSONA MORALE AGISCE IN BASE AL PURO SENSO DEL DOVERE. PORTA LA SUA LEGGE MORALE NEL CUORE SEMPRE E DOVUNQUE. NON HA BISOGNO DI CONTROLLI ESTERNI, DI GIUDICI O DI POLIZIOTTI. NON SI TRINCERA DIETRO SCUSE E GIUSTIFICAZIONI >>.

1459) << . . . IL SOVRACCARICO DI RUOLI E IL CONFLITTO DEI RUOLI RAFFREDDANO LE EMOZIONI, AUMENTANO L'ASSENTEISMO E L'AVVICENDAMENTO DEL PERSONALE. . . .>>.



1560) << . . . POTETE SOGNARE, INVENTARE, PROGETTARE E COSTRUIRE IL POSTO DI LAVORO PIU' BELLO DEL MONDO, MA CI VOGLIONO LE PERSONE PERCHE' IL SOGNO DIVENTI REALTA'. . . .>>.

1561) << . . . LO "ZERO" HA UNA DOPPIA VALENZA: LA **DISTRUZIONE** E LA **NUOVA ORIGINE**. CI AVVIAMO A GRANDI PASSI VERSO QUESTO ZERO, CI STIAMO ARRIVANDO PER UNA VIA MOLTO AVVILENTE E PERCIO' ANCOR PIU' NULLIFICANTE. SOLO DALL'AZZERAMENTO PUO' NASCERE LA RIGENERAZIONE.

. >>.

1562) << . . . IL PROBLEMA DELLE VACANZE E' DI IMPEDIRE AGLI ALTRI DI GUASTARE LE VOSTRE. . . . >>.

1563)

LA ROTAZIONE DEL PERSONALE?

<< . . . IL NEMICO PIU' TEMIBILE NEL POSTVENDITA, QUELLO CHE PIU' DI OGNI ALTRO OSTACOLA, BLOCCA LE PERFORMANCE DEL SERVIZIO, E' LA SISTEMATICA ROTAZIONE DEL PERSONALE: NON CI SI PUO' ASPETTARE CHE UNA PERSONA NUOVA DEL MESTIERE ESEGUA IL SUO COMPITO IN MODO BRILLANTE. E, COME POTREBBE SE NON CONOSCE GLI ASPETTI TECNICI DEL LAVORO, LA STORICITA' DEL LAVORO, SE NE IGNORA I "MISTERI" ORGANIZZATIVI E GLI MANCA IL CORAGGIO DI CORRERE I RISCHI NECESSARI PER SERVIRE IL CLIENTE? ANCHE UNA BASSA ROTAZIONE PUO' ESSERE MORTALE PER ORGANIZZAZIONI COMMERCIALI CHE PREVEDONO UN OTTIMO SERVIZIO. IL PERSONALE DEL POSTVENDITA DEVE ESSERE VISTO, OGGI, COME UN SOCIO IN AFFARI. NESSUNO DEVE ESSERE GHETTIZZATO. . . . >>.

1564) << . . . MOLTI MANAGER HANNO SVILUPPATO UN INVOLONTARIO RIFLESSO A TAGLIARE TUTTE LE ATTIVITA' AZIENDALI IL CUI IMPATTO SUL PROFITTO NON SIA IMMEDIATAMENTE OVVIO PER UNO STUDENTE DI PRIMA RAGIONERIA. IL SERVIZIO AL CLIENTE E' LA VITTIMA PREFERITA PERCHE' MOLTE DELLE ATTIVITA' CHE PRODUCONO SERVIZIO SEMBRANO ESTRANEE, E GLI INVESTIMENTI NEL SERVIZIO TENDONO A FRUTTARE FINANZIARIAMENTE A LUNGO TERMINE. . . . >>.



1565)

L'UMILTA'?

<< . . . PROBABILMENTE AVREMO BISOGNO TUTTI DI UNA LEZIONE DI UMILTA'. QUEL CHE MANCA NEL MONDO MODERNO E' L'UMILTA': NESSUNO HA IL SENSO DELLA SUA MISURA, IN NESSUNA MANIFESTAZIONE PUBBLICA. E' DIFFICILE VEDERE NELL'INTERNO DELLE ANIME, MA QUELLO CHE NON PERCEPISCO E' L'UMILTA'. CHE E' UN CRITERIO ANCOR PRIMA CHE CRISTIANO UMANISTICO. IL CRISTIANESIMO POI L'HA TRADOTTA IN CARITA'. E' LA MISURA DELLA PROPRIA POSSIBILITA' D'AZIONE E DELLA PROPRIA COGNIZIONE, UN CONCETTO FONDAMENTALE PER OGNI PENSATORE, COMPRESI I POETI. L'UOMO E' DISEDUCATO DALLA CORRUTTELA. . . . >>.

1566)

MEGLIO COMUNICARE CON LE IMMAGINI O CON LE PAROLE?

<< . . . UN'IMMAGINE VALE 10.000 PAROLE. I NERVI CHE VANNO DALL'OCCHIO AL CERVELLO HANNO UN DIAMETRO MOLTO SUPERIORE RISPETTO A QUELLI CHE PARTONO DALL'ORECCHIO. E LA SCIENZA CI DICE CHE ALLE SUGGERZIONI DELL'OCCHIO DIAMO UN'ATTENZIONE 25 VOLTE SUPERIORE A QUELLA CHE

RISERVIAMO ALLE SUGGERZIONI DELL'ORECCHIO. E, COMUNQUE, LE IMPRESSIONI UDITIVE SONO DIFFICILI DA RITENERE. SCIVOLANO VIA COME NEVISCHIO SULLA LISCIA CORTECCIA DI UN FAGGIO. . . . >>.

1567) << . . . SE UN RISULTATO VI INTERESSA DAVVERO, SICURAMENTE LO RAGGIUNGERETE. E NON C'E' PROPRIO NULLA CHE UN UOMO DEGNO DI ACCOLLARSI GRANDI RESPONSABILITA' NEL LAVORO NON SIA IN GRADO DI APPRENDERE, SE SOLTANTO LO VUOLE. . . . >>.

1568) **CHE COS'E' IL BACKGROUND?** << . . . "NESSUNO PUO' IMPARARE A NUOTARE SENZA ANDARE IN PISCINA". . . . >>.



1569) **IERI, COME OGGI, COME SEMPRE:**
UN "NOCCIOLO DURO" DI FRANCESI VUOLE INSEGNARE
AGLI ITALIANI COME "FARE" E COME VIVERE;
PUR SAPENDO, CON IMMENSA FRUSTRAZIONE, CHE,
INESORABILMENTE,
LA CULTURA E LA STORIA DELLA FRANCIA
NON POTRA' MAI ESSERE
ALL'ALTEZZA DI QUELLA DELL' ITALIA.



- **"LEZIONE" AGLI ITALIANI DA UN'INTELLETTUALE / BARONESSA FRANCESE (GENNAIO 1816):**



<< . . . SO BENE CHE IL MIGLIORE MEZZO PER NON ABBISOGNARE DI TRADUZIONI SAREBBE IL CONOSCERE TUTTE LE LINGUE NELLE QUALI SCRISSERO I GRANDI POETI, GRECA, LATINA, ITALIANA, FRANCESE, SPAGNUOLA, INGLESE, TEDESCA. MA QUANTA FATICA, QUANTO TEMPO, QUANTI AIUTI DOMANDA UN TALE STUDIO! CHI PUO' SPERARE CHE TANTO SAPERE DIVENGA UNIVERSALE?

**E GIA' ALL'UNIVERSALE DEVE POR CURA
CHI VUOLE FAR BENE AGLI UOMINI. . . .**

QUANDO I LETTERATI D'UN PAESE (L'ITALIA) SI VEDONO CADERE TUTTI E SOVENTE NELLA RIPETIZIONE DELLE STESSE IMMAGINI, DEGLI STESSI CONCETTI, DEI MODI MEDESIMI; SEGNO E' MANIFESTO CHE LE FANTASIE

IMPOVERISCONO, LE LETTERE ISTERILISCONO, A RIFORNIRE NON CI E' MIGLIORE COMPENSO CHE TRADURRE DA POETI DI ALTRE NAZIONI. . . DOVREBBERO A MIO AVVISO GL'ITALIANI TRADURRE DILIGENTEMENTE ASSAI DELLE RECENTI POESIE INGLESI E TEDESCHE; ONDE MOSTRARE QUALCHE NOVITA' AI LORO CITTADINI, I QUALI PER LO PIU' STANNO CONTENTI ALL'ANTICA MITOLOGIA, NE' PENSANO CHE QUELLE FAVOLE SONO DA UN PEZZO ANTICATE, ANZI IL RESTO D'EUROPA LE HA GIA' ABBANDONATE E DIMENTICHE. PERCIO' GLI INTELLETTUALI DELLA BELLA ITALIA, SE AMANO DI NON GIACERE OZIOSI, RIVOLGANO SPESSO L'ATTENZIONE AL DI LA' DELLE ALPI, NON DICO PER VESTIRE LE FOGGE STRANIERE, MA PER CONOSCKERLE; NON PER DIVENTARE IMITATORI, MA PER USCIRE DI QUELLE USANZE VIETE, LE QUALI DURANO NELLA LETTERATURA COME NELLE COMPAGNIE I COMPLIMENTI, A PREGIUDIZIO DELLA NATURALE SCHIETTEZZA. . . . AVVI OGGIDI' NELLA LETTERATURA ITALIANA UNA CLASSE DI ERUDITI CHE VANNO CONTINUAMENTE *RAZZOLANDO* LE ANTICHE CENERI, PER TROVARVI FORSE QUALCHE GRANELLO D'ORO: E UN'ALTRA DI SCRITTORI SENZ'ALTRO *CAPITALE* CHE MOLTA FIDUCIA NELLA LOR LINGUA ARMONIOSA, DONDE RACCOZZANO SUONI VUOTI D'OGNI PENSIERO, ESCLAMAZIONI, DECLAMAZIONI, INVOCAZIONI, CHE STORDISCONO GLI ORECCHI, E TROVANO SORDI I CUORI ALTRUI, PERCHE' NON ESALARONO DAL CUORE DELLO SCRITTORE. NON SARA' EGLI DUNQUE POSSIBILE CHE UNA EMULAZIONE OPEROSA, UN VIVO DESIDERIO D'ESSERE APPLAUDITO NEI TEATRI, CONDUCA GLI INGEGNI ITALIANI A QUELLA MEDITAZIONE CHE FA ESSERE INVENTORI, E A QUELLA VERITA' DI CONCETTI E DI FRASI NELLO STILE, SENZA CUI NON CI E' BUONA LETTERATURA E NEPPURE ALCUN ELEMENTO DI ESSA? . . . >>.



- **L'OVVIA RISPOSTA ITALIANA (APRILE 1816)?**



<< . . . FRA GLI STUDI VERAMENTE UTILI E ONOREVOLI ALL'ITALIA PORREMO NOI LE TRADUZIONI DEI POEMI E DEI ROMANZI OLTRAMONTANI? SARA' VERAMENTE ARRICCHITA LA NOSTRA LETTERATURA ADOTTANDO CIO' CHE LE FANTASIE SETTENTRIONALI CREARONO? COSI' DICE LA *BARONESSA*, COSI' CREDONO ALCUNI ITALIANI; MA IO STO CON QUELLI CHE PENSANO IL CONTRARIO. CONSIDERIAMO PRIMA LA LORO FONDAMENTALE RAGIONE:

CI VUOLE NOVITA'.

MA IO DICO:

***OGGETTO DELLE SCIENZE E' IL VERO,
E DELLE ARTI E' IL BELLO.***

NON SARA' DUNQUE PREGIATO NELLE SCIENZE IL NUOVO SE NON IN QUANTO SIA VERO, E NELLE ARTI , SE NON IN QUANTO SIA BELLO. LE SCIENZE HANNO UN PROGRESSO INFINITO, E POSSONO OGNIDI' TROVARE VERITA' PRIMA NON SAPUTE. FINITO E' PROGRESSO DELLE ARTI: QUANDO ABBIAMO E TROVATO IL BELLO, E SAPUTO ESPRIMERLO, IN QUELLO RIPOSANO. NE' SI CREDA SI' ANGUSTO SPAZIO, BENCHE' SIA CIRCOSCRITTO (*CIOE': L'AMBITO DEL BELLO, PUR ESSENDO BEN DELIMITATO NON E' AFFATTO DI DIMENSIONI ANGUSTE*). SE VOGLIAMO CHE CI SIA BELLO TUTTO CIO' CHE CI E' NUOVO, PERDEREMO BEN PRESTO LA FACOLTA' DI CONOSCERE E DI SENTIRE IL BELLO. . . .

GIA' SI POTREBBE MOLTO DISPUTARE SE SIA VERAMENTE BELLO TUTTO CIO' CHE ALCUNI AMMIRANO NEI POETI INGLESI E TEDESCHI; E SE MOLTE COSE NON SIANO FALSE, O ESAGERATE, E PERO' BRUTTE; MA DIASI CHE TUTTO SIA BELLO; NON PER QUESTO PUO' RIUSCIRE BELLO A NOI, SE LO MESCOLIAMO/CONFRONTIAMO ALLE COSE NOSTRE. O BISOGNA CESSARE AFFATTO D'ESSERE ITALIANI, DIMENTICARE LA NOSTRA LINGUA, LA NOSTRA ISTORIA, MUTARE IL NOSTRO CLIMA E LA NOSTRA FANTASIA: O, RITENENDO QUESTE COSE, CONVIENE CHE LA POESIA E LA LETTERATURA SI MANTENGA ITALIANA: MA NON PUO' MANTENERSI TALE, FRAMMISCHIANDOVSI QUELLE IDEE SETTENTRIONALI, CHE PER NULLA SI POSSONO CONFARE ALLE NOSTRE. QUESTA MESCOLOANZA DI COSE INSOCIABILI, CHE NON POSSONO COESISTERE PRODURREBBE (COME GIA' TROPPO PRODUCE) COMPONENTI DISORGANICI, MOLTO DIVERSI TRA LORO, SIMILI AI *CENTAURI*, CHE L'ANTICHITA' FAVOLO' GENERATI DALLE NUVOLE. NON DICO PER QUESTO CHE UN ITALIANO NON POSSA RAGIONEVOLMENTE VOLERE CONOSCERE LE POESIE E LE FANTASIE DEI SETTENTRIONALI, COME PUO' BENISSIMO RECARSÌ PERSONALMENTE A VISITARE I LOR PAESI; MA NEGO CHE QUELLE LETTERATURE (COMUNQUE VERSO DI SE' BELLE E LODEVOLI) POSSANO ARRICCHIRE E ABBELLIRE LA NOSTRA, POICHE' SONO ESSENZIALMENTE INSOCIABILI. . . .

E DELLA LETTERATURA SETTENTRIONALE, OLTRE LE RAGIONI ABBIAMO PUR ANCHE UN AVVISO DALLA ESPERIENZA, CHE, INNESTATA CONTRO NATURA ALLE NOSTRE LETTERE, NE HA FATTO SCOMPARIRE QUEL POCHISSIMO CHE VI RIMANEVA D'ITALIANO. . . .

E IL BELLO CHE E' QUESTI APPASSIONATI DI *MILTON* ("PARADISO PERDUTO"), O DI *KLOPSTOK* ("MESSIADE"), NON CONOSCONO POI *DANTE*, E NON CONOSCIUTO LO DISPREZZANO: COSA DA FARE MOLTO RIDERE SIA GLI INGLESI E SIA I TEDESCHI. TROPPO E' VERO CHE AGLI STRANIERI DEBBANO PARERE ISTERILITE OGGIDI' IN ITALIA LE LETTERE; MA QUESTA POVERTA' NASCE DA PIGRIZIA DI COLTIVARE IL FONDO PATERNO (*CIOE'*: SE ALLA LETTERATURA ITALIANA MANCA NUOVA LINFA, LA RESPONSABILITA' DELL'IMPOVERIMENTO INTELLETTUALE E' DA ATTRIBUIRE A QUEGLI UOMINI DI CULTURA COLPEVOLI DI NON CURARE ADEGUATAMENTE IL NOSTRO PATRIMONIO INEGUAGLIABILE EREDITATO DAGLI AVI); NE' PER ACQUISTARE DOVIZIA CI BISOGNA EMIGRARE E GITTARCI SULLE ALTRUI POSSESSIONI, I CUI FRUTTI HANNO SAPORE E SUGO CHE A NOI NON SI CONFA'. STUDINO GLI ITALIANI NEI PROPRI CLASSICI, E NEI LATINI E NEI GRECI; DEI QUALI NELLA ITALIANA PIU' CHE IN QUALUNQUE ALTRA LETTERATURA DEL MONDO POSSONO FARSI BEGL'INNESTI; POICHE' ELLA E' PURE UN RAMO DI QUEL TRONCO; LADDOVE LE ALTRE HANNO TUTT'ALTRA RADICE; E ALLORA PARRA' A TUTTI FIORITA E FECONDA. SE PROSEGUIRANNO A CERCARE LE COSE OLTRAMONTANE, ACCADRA' CHE SEMPRE PIU' CI DISPIACCIAO LE NOSTRE PROPRIE (COME TANTO DIVERSE) E CESSEREMO AFFATTO DAL POTER FARE QUELLO DI CHE I NOSTRI MAGGIORI FURON TANTO ONORATI; NE' PERO' ACQUISTEREMO DI SAPER FARE BENE E LODEVOLMENTE CIO' CHE NEGLI OLTRAMONTI PIACE. . . . >> .

1570)

"S E M P R E ! " . . . M A C H E V U O L E D I R E ?

<< . . . E' UNA PAROLA TREMENDA! QUANDO L'ODO, RABBRIVIDISCO. MA LE DONNE LA USANO VOLENTIERI. ESSE SCIUPANO OGNI ROMANZO CERCANDO DI FARLO DURARE IN ETERNO. "**SEMPRE**" E' UNA PAROLA SENZA SENSO, PER DI PIU'. LA SOLA DIFFERENZA TRA UN CAPRICCIO E UNA PASSIONE ETERNA E' QUESTA: CHE IL CAPRICCIO DURA UN PO' PIU' A LUNGO. . . . >> .

1571) **IL SEGRETO DELLA MOTIVAZIONE DEL PERSONALE?**

<< . . . PRIMA DI CHIEDERE A QUALCUNO DI FARE QUALCOSA SI DEVE AIUTARLO A ESSERE QUALCOSA, A CRESCERE. QUANDO SONO FELICI, I COLLABORATORI A LORO VOLTA RENDONO FELICI I CLIENTI. AIUTATE, PERCIO', LE PERSONE A SCOPRIRE IL PROPRIO POTERE A USARLO AL MOMENTO OPPORTUNO. DATE LORO LA POSSIBILITA' DI METTERE ALLA PROVA IL PROPRIO CORAGGIO. IL SENSO DI LEADERSHIP STA FACENDO RISVEGLIARE LA GENTE. LASCIATE LIBERI DI AGIRE I VOSTRI COLLABORATORI. CREDETE IN LORO E LA MAGGIOR PARTE SI DIMOSTRERA' ALL'ALTEZZA DELLE VOSTRE ASPETTATIVE. SOSTITUIRE METODI STANDARDIZZATI CON STRUTTURE FLESSIBILI CHE PERMETTONO AI COLLABORATORI DI AGGIUNGERE UN TOCCO PERSONALE CHE RISVEGLI UNA CARICA EMOZIONALE SUL LAVORO. . . . >>.

1572) **"NATURA INFEDELE":**

GLI AMANTI SORPRESI



1573)

**L'IMPORTANZA DI CONOSCERE
LE ASPETTATIVE DEL CLIENTE?**

<< . . . CONOSCERE LE ASPETTATIVE DEI CLIENTI E' IL PASSO PIU' IMPORTANTE PER ARRIVARE A FORNIRE UN SERVIZIO DI QUALITA'. SBAGLIARE, ANCHE DI POCO, SU CIO' CHE I CLIENTI VOGLIONO PUO' SIGNIFICARE PERDERLI QUANDO UN'ALTRA IMPRESA CENTRA ESATTAMENTE L'OBIETTIVO. SBAGLIARE DI POCO, PUO' VOLERE DIRE SPRECARE DENARO, TEMPO E ALTRE RISORSE PER ASPETTI

CHE NON CONTANO PER I CLIENTI. SBAGLIARE, ANCHE DI POCO, PUO' PERSINO SIGNIFIRE LA NON SOPRAVVIVENZA IN UN MERCATO ESTREMAMENTE COMPETITIVO. MOLTE IMPRESE NON COLGONO IL NOCCIOLINO DELLA QUESTIONE PERCHE' PARTONO DAL PROPRIO PUNTO DI VISTA INTERNO (SANNO GIA' CHE COSA DOVREBBERO VOLERE I CLIENTI) PIUTTOSTO CHE DA QUELLO ESTERNO, DEL "CLIENTE", INTERROGANDOLO DIRETTAMENTE. . . . >>.

1574)

I RECLAMI DEI CLIENTI?

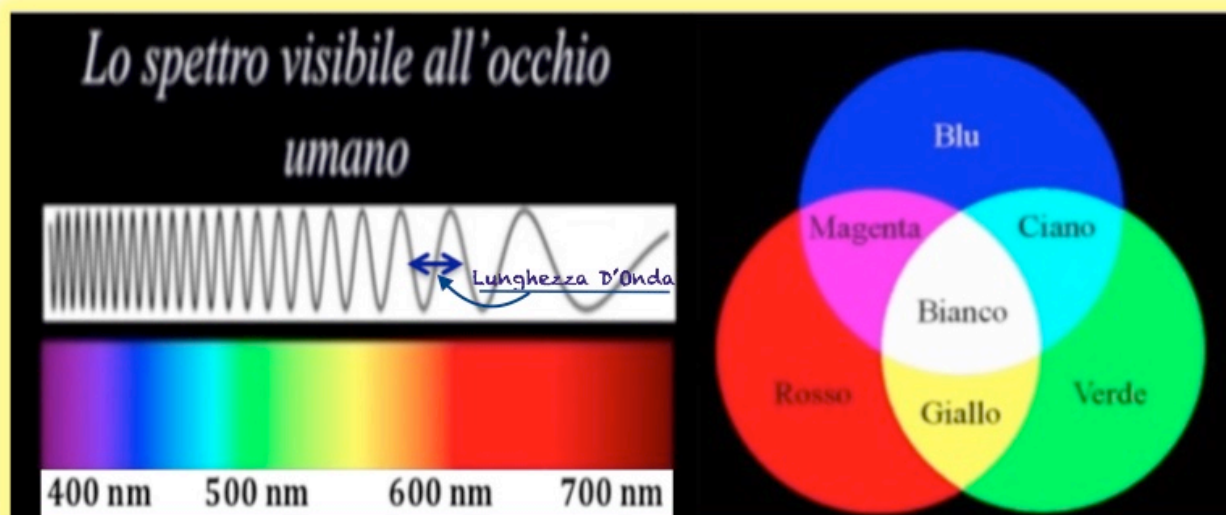
<< ... MOLTE IMPRESE CONSIDERANO CON DISPREZZO I CLIENTI CHE RECLAMANO. IL CLIENTE VIENE TRATTATO COME SE FOSSE UN APPESTATO. INVECE, LE AZIENDE SINCERAMENTE INTERESSATE A SOLUZIONI SODDISFACENTI DEI PROBLEMI POSSONO TRARRE DAI RECLAMI COSPICUI VANTAGGI. UNA MIGLIORE GESTIONE DEI RECLAMI EQUIVALE A UNA MAGGIORE SODDISFAZIONE DEI CLIENTI, CHE EQUIVALE A UNA MAGGIORE LEALTA' VERSO LA MARCA, CHE EQUIVALE A UNA MAGGIORE REDDITIVITA'. FACILITANDO, INCORAGGIANDO IL FEEDBACK DELLA CLIENTELA SUI PROBLEMI SI FORNISCE AI CLIENTI IMMEDIATO SOLLIEVO ALL'IRRITAZIONE. QUINDI, SI CONSIDERINO SEMPRE LE RICHIESTE DI QUESTI ULTIMI COME DELLE SFIDE E DEI ROMPICAPPO INVECE CHE COME DEI PROBLEMI. ... >>.

1575)

A PROPOSITO DELLA ...

"LUCE VISIBILE" DALL'OCCHIO UMANO

(pertanto, c'è anche "luce invisibile" all'uomo - Un esempio? I raggi infrarossi)



COMPOSIZIONE DEI COLORI BIANCO E NERO: 1) IL COLORE BIANCO È IL COLORE DATO DALLA **SINTESI ADDITIVA** (= *COMBINAZIONE*) DI **TUTTI I COLORI** DELLO **SPETTRO VISIBILE**, OVVERO, DEI **3 COLORI PRIMARI (ROSSO+VERDE+BLU)**. MENTRE, 2) IL **COLORE NERO** È DATO DALLA **SINTESI SOTTRATTIVA** (= *ELIMINAZIONE DALLA LUCE BIANCA*) DEI **3 COLORI PRIMARI (ROSSO, VERDE E BLU)** DELLO **SPETTRO VISIBILE**.

N.B. La luce visibile dall'occhio umano è composta da onde elettromagnetiche con una **LUNGHEZZA D'ONDA** tra **400 e 700 nm** ($1 \text{ nm} = 1 \text{ nanometro} = 10^{-9} \text{ metri}$)

A MIO AVVISO, PER LE "IDEE" (COME PER LA "LUCE" NON "ESISTE" IL "COLORE UNICO") NON "ESISTE" IL "PENSIERO UNICO": PERCIÒ, È UTILE/PRUDENTE IL SAPERE ASCOLTARE, "SERENAMENTE", IL "PARERE" DI TUTTI.

1576) << ... AMARA A CU' NON AVI A CU' MU CERCA! ... >>.

1577)

A PROPOSITO DELLA ... LA "MAFIA"

<< ... **3 MAGISTRATI** VORREBBERO DIVENTARE **PROCURATORE DELLA REPUBBLICA:**

- **UNO E' INTELLIGENTISSIMO;**
- **IL SECONDO È BRAVO E GODE DELL'APPOGGIO DI UN PARTITO DI GOVERNO;**

• **IL TERZO E' UN CRETINO MA È RACCOMANDATO DA UN MINISTRO**
PROPRIO **LUI OTTERRA' IL POSTO. QUESTA E' MAFIA.** ... >>.

1578) **COME AVERE PIU' MOMENTI DI "ILLUMINAZIONE"/CREATIVITÀ?**
(... GENIALITÀ/CREATIVITÀ È, INNANZITUTTO, ... PAZIENZA!)



QUAL È IL MODO MIGLIORE PER AFFRONTARE UN PROBLEMA? PER MOLTI DI NOI È AFFRONTARLO, SALTARCI SOPRA SUBITO E FARLO FUORI, PER PASSARE AD ALTRO. SPESSO È IL CONTESTO CHE CI "FORZA" IN QUESTA MODALITÀ. PIÙ SPESSO SONO I NOSTRI MECCANISMI INTERNI, CHE L'AMBIENTE NON FA ALTRO CHE RINFORZARE. AD OGNI MODO, CHI HA L'ISTINTO DEL "PROBLEM SOLVER" TENDE AD ENTRARE SUBITO IN AZIONE.

<< ... COME CI SPIEGANO **DAVID ROCK & JOSH DAVIS** È CHE **QUESTI FLASH DI INTUIZIONE NON SONO SOLO (QUASI MAI) CASUALI, MA POSSONO ESSERE FAVORITI DA CONDIZIONI SPECIFICHE.** ... NEGLI ULTIMI ANNI CI HANNO PORTATO A IDENTIFICARE **4 SPECIFICI ASPETTI, CHE AIUTANO AD AVERE PIÙ MOMENTI DI "ILLUMINAZIONE"/CREATIVITÀ.**

1. IL SILENZIO È VITALE, PER RIFLETTERE. ... MAGARI, USCIRE FUORI (DA CASA, DALL'UFFICIO, ...) E ANDARE A FARE UNA PASSEGGIATA, GUARDANDOSI INTORNO. ...

2. GUARDARSI DENTRO, CON PAZIENZA, ... NON FUORI. ... UNA VOLTA TROVATO UN POSTO TRANQUILLO, CONCENTRASI SUI PROPRI PENSIERI E IGNORA TUTTO QUELLO CHE STA SUCCEDENDO INTORNO.

3. AVERE UN APPROCCIO POSITIVO SUL PROBLEMA. LA PROSPETTIVA DI PRENDERE UNA DECISIONE IMPORTANTE PUÒ PORTARE MOLTA ANSIA, CHE, SFORTUNATAMENTE, È IL NEMICO NUMERO 1 DELL'"ILLUMINAZIONE"/CREATIVITÀ.

4. MENO "SFORZI", PIÙ PAUSE E MOMENTI DI RIFLESSIONE. PROBABILMENTE, QUANDO SI HA UN PROBLEMA O SI DEVE PRENDERE UN'IMPORTANTE DECISIONE, LA SOLUZIONE ARRIVA QUANDO NON SI È FOCALIZZATI SU UNO SPECIFICO PROBLEMA,,, QUANDO NON SI STA FACENDO UNO SFORZO PER RISOLVERLO. ... FARE DELLE PAUSE È FONDAMENTALE. ... MAGARI, CONCENTRANDOSI SU QUALCOS'ALTRO, QUALCOSA DI DIVERSO, QUALCOSA CHE NON C'ENTRA NIENTE COL PROBLEMA CHE ASSILLA. ... ANCOR MEGLIO, SE SI È CAPACI DI TROVARSI IN UN MOMENTO DI TOTALE VUOTO/INATTIVITÀ. ... CIOÈ, UN MAGNIFICO "MOMENTO PIENO DI NULLA". ... >>.

1579)

LA MORALE?

<< ... **LA MORALE NON DA' DIRITTI MA SOLO DOVERI.** NON CI SI PUO' APPELLARE ALLA MORALE PER ESIGERE QUESTO O QUELLO. **LA MORALE NON IMPONE NULLA AGLI ALTRI,** NON PARLA DEGLI ALTRI. **ESSA IMPONE DEI DOVERI SOLTANTO A TE,** DICE COSA DEVI FARE TU. **I SENTIMENTI SPECIFICI DELLA MORALITA' SONO IL SENSO DEL DOVERE, IL SENSO DI COLPA, IL PENTIMENTO E RIMORSO.** L'INTERIORIZZAZIONE DELLA MORALITA' UNIVERSALE COME RETTITUDINE È UNA DELLE PIU' GRANDI **"CONQUISTE" DELLA CIVILTÀ OCCIDENTALE. RENDE POSSIBILI I RAPPORTI TRA GLI UOMINI ANCHE QUANDO NON C'E' UNA LEGGE ESTERNA, È IL VERO "GENDARME", ALL'"INTERNO" DI OGNI PERSONA, CHE "CONTROLLA" >>.**

TANGENTOPOLI?

Il discorso alla Camera del '93:
l'autodifesa di Craxi

DAL DISCORSO PRONUNCIATO DA BETTINO CRAXI NELL'ESTATE DEL 1993 A PROPOSITO DELLE ACCUSE, DELLA MAGISTRATURA MILANESE, PER CORRUZIONE SUL FINANZIAMENTO ILLEGALE DELLA POLITICA:

<< SE GRAN PARTE DI QUESTA MATERIA DEV'ESSERE CONSIDERATA CRIMINALE, ALLORA GRAN PARTE DEL SISTEMA SAREBBE CRIMINALE. NON CREDO CI SIA NESSUNO IN QUET'AULA CHE POSSA ALZARSI E PRONUNCIARE UN GIURAMENTO IN SENSO CONTRARIO A QUANTO IO AFFERMO >> .

<< . QUANTI ANNI DOVREMO ASPETTARE PER LEGGERE UN'ANALISI SPASSIONATA DELLA POLITICA DI BETTINO CRAXI, CHE PASSO', INGIUSTAMENTE, COME IL SIMBOLO VIVENTE DELLA CORRUZIONE ITALIANA E DELL'AZIONE PUNITIVA DI "MANI PULITE"?

E'GIUSTO CHE ABBA PAGATO SOLO LUI? TUTTI RICEVETTERO TANGENTI.

QUANTO DURERA' L'IPOCRISIA, LA MENZOGNA E L'IMPUNITA' SOSTANZIALE DELLA SINISTRA, DIVENUTA PER CONVENIENZA "GIUSTIZIALISTA", DI NEGARE CIO' CHE TUTTI SANNO; E CIOE' CHE PER TUTTO IL DOPOGUERRA, A FORZA DI RUBLI PROVENIENTI DALL'URSS, FU SCOMBUSSOLATA LA DEMOCRAZIA ITALIANA PERCHE' IL P.C.I. RESTASSE ARROCCATO NELLA SUA "DIVERSITA'" CHE LO ESCLUDEVA DALL'ALTERNATIVA AL GOVERNO DEL PAESE? >>

<< . . . UN CASO DI CORRUZIONE E' UN CASO DI CORRUZIONE, DIECI CASI DI CORRUZIONE SONO DIECI CASI DI CORRUZIONE, MA CENTO CASI DI CORRUZIONE SONO UN SISTEMA DI CORRUZIONE. TANGENTOPOLI HA PER L'APPUNTO RIVELATO QUESTO SISTEMA, ARTICOLATO A SUA VOLTA IN UNA MOLTEPLICITA' DI SOTTOSISTEMI. AL POSTO DEL CODICE, DELLE LEGGI SCRITTE ERA SUBENTRATO UN SISTEMA DI REGOLE TACITE, QUASI SEMPRE IN CONTRASTO CON LE LEGGI. IN QUESTO SISTEMA C'ERA, C'E' DENTRO ANCHE IL CAPITALISMO ITALIANO. OSTINARSI A RIPETERE CHE NO, CHE C'ERANO SOLO SINGOLI CAPITALISTI E BASTA, NON IL CAPITALISMO SIGNIFICA NEGARE CHE SI TRATTASSE DI UN SISTEMA, CIOE', A QUESTO PUNTO, NEGARE QUASI LA LUCE DEL SOLE. IN QUEL SISTEMA DI CORRUZIONE C'ERANO I CAPITALISTI COSI' COME PRESSOCHE' TUTTI I GRUPPI SIGNIFICATIVI DELLA SOCIETA' ITALIANA, DEL POTERE ITALIANO: DAI FARMACISTI AI GIUDICI, DAI GIORNALISTI AI SINDACALISTI, AI PROFESSORI UNIVERSITARI. SOSTITUIRE IN UN SISTEMA ALLE LEGGI DELLE REGOLE OMBRA ILLEGALI, E PER FARLO FUNZIONARE CON QUESTE ANZICHE' CON QUELLE, C'E' BISOGNO DELL'ACCORDO DI TUTTI GLI ATTORI. LA RESPONSABILITA' NON PUO' ESSERE, DUNQUE, INDIVIDUALE; E' PER FORZA COLLETTIVA. . . . >> .

1581)

A PROPOSITO DEL ... "MATRIMONIO"



<< ... CON GLI ANNI, **VOLERE BENE AL "CONIUGE"** (QUASI SEMPRE) È **"ISTINTIVO"**. ... L'**"AMORE"**? È (È STATO), SOPRATTUTTO: **"ATTRAZIONE/SEDUZIONE" RECIPROCA**, **"RICHIAMO CHIMICO"**, **AFFASCINAZIONE PERVERSA**, **"DESIDERIO/VOGLIA SESSUALE"**, **CAPRICCIO/"TROFEO" DA ESIBIRE** (> IN FAMIGLIA? AGLI "AMICI"?), COMUNQUE, È PROVATO, L'**"AMORE"** È (SEMPRE) UN **"SENTIMENTO PROVVISORIO"**, UN **"INCENDIO"** CHE SI **"SPEGNE"** DA SOLO: IN TUTTI I **"MATRIMONI"** A UN CERTO PUNTO LA **"LUNA DI MIELE"** (= PREVALENZA DI **"DESIDERIO" RECIPROCO**) SI **ESAURISCE** E PREVALGONO GLI **INTERESSI/BISOGNI CONCRETI/PERSONALI** DI CIASCUN **"CONIUGE"** (**"CONIUGI"** = 2 PERSONE CON **CERVELLI DIVERSI**) QUINDI, IL **"MATRIMONIO"** È **"FUOCO"** PER ~1 ANNO. DOPO ... RIMANE SOLO **"CENERE"**: L'**IMPORTANTE** È **SAPERLO/PREVEDERLO**. ... SIA CHIARO, IL **MATRIMONIO/RAPPORTO DI COPPIA/CONVIVENZA/... FA BENE A CHI LI SA GESTIRE**. ... COMUNQUE, **GUAI** A FARLO **"SOVRINTENDERE"** DA **"ESTRANEI"**. COSÌ, NELLA **"CONVIVENZA"**, I **MALUMORI/LITI/INCOMPRESIONI/... AUMENTERANNO SEMPRE PIÙ**: OLTRE AI **"CONIUGI" NESSUNO** DEVE METTERE IL **"NASO/BECCO"** DENTRO IL **"RAPPORTO DI COPPIA"** (>"FAMIGLIA"): ... È **"INNATURALE"** SE TRA **"MOGLIE"** E **"MARITO" QUALCUNO** (DALL'**ESTERNO**) **PRETENDE** DI METTERE UN **"DITO"**. ... NONDIMENO, È VERA LA RIFLESSIONE:

" ... NORMALMENTE, CI SI INNAMORA DA GIOVANI (A ~14÷20 ANNI), CIOÈ, QUANDO SI HA UN CERTO "CERVELLO&VISSUTO". È INCREDIBILE (IN GENERALE) RESTARE INNAMORATI A 30, 40, 50, ... ANNI, QUANDO OGNI "CONIUGE" È "CAMBIATO", CIOÈ HA "VISSUTO" (SEPPURE "RESTANDO ACCOPPIATI") "VITE" TOTALMENTE DIVERSE." ... >>

1582)

LA CORRUZIONE?

<< ... È IL **LATO NEGATIVO** (PERÒ) **DINAMICO** DELL'ITALIA, COME UNA **"MALATTIA"** CHE È INSIEME **ROVINA** E POSSIBILITÀ DI **"RICOMINCIAMENTO"**. ... >>.

1583)

NELL'ACQUISTO DEL SERVIZIO, COSA PREFERISCE IL CLIENTE: LA PICCOLA O LA GRANDE IMPRESA?

<< ... NEL **SETTORE DELLE RIPARAZIONI** E DELLA **MANUTENZIONE** I **CLIENTI** (FOCUS GROUP?) DECANTANO SEMPRE COME **ESEMPLARE** LA **QUALITÀ' DEL SERVIZIO** DELLE **PICCOLE IMPRESE** CHE SAREBBERO MOLTO **PIU' AFFIDABILI**, **ATTENTE** E **VICINE** ALLE SUE **PREOCCUPAZIONI**. INVECE, I **CLIENTI NON** SONO **FIDUCIOSI** E A **PROPRIO AGIO**, CON LA **GRANDE IMPRESA**, PERCHÉ' ESSENDO **TROPPO GRANDE**, **DISPERSIVA**, FORNISCE UN **SERVIZIO INDIFFERENZIATO**, **NON RASSICURANTE**, **IMPERSONALE**, CON **STRUTTURE IRRAGGIUNGIBILI**, **SCOMODE**, **POCO FUNZIONALI** E **PREZZI INADEGUATI**. ... >>.

1584) << ... **NON** DOBBIAMO MAI **PERDERE** LA **NOSTRA FEDE** NELLA **POTENZIALE CAPACITÀ'** DELL'UOMO DI **AGIRE PER IL MEGLIO**. ... >>.

1585)

COME SI FA UN DISCORSO?

<< ... LE **COSE SCRITTE NON** SERVONO PER UN **DISCORSO**. LA LORO **FORMA** È **LETTERARIA**; SONO **RIGIDE**, **INFLESSIBILI**, E **NON** SI PRESTANO A UNA **FELICE ED EFFICACE PROPOSTA ORALE**. SE IL **FINE** È SEMPLICEMENTE QUELLO DI **INTRATTENERE**, E **NON** DI **ISTRUIRE**, DEVONO ESSERE **"PIEGATE, FRASTAGLIATE, TRASFORMATE"** IN UN **LINGUAGGIO PIU' FAMILIARE**, TRADOTTE NELLA **FORMA**

COMUNE DEL PARLARE SPONTANEO; ALTRIMENTI ANNOIERANNO A MORTE... INVECE DI DIVERTIRE. ... >>.

1586) NUMQUAM ... SAPIENS IRASCITUR: *IL SAGGIO NON SI ADIRA MAI.*

1587) **IL CAOS È (TALVOLTA) BENEFICO?**

<< ... IL CAOS È LA DINAMICA LIBERATA DAI CEPPI DELL'ORDINE E DELLA PREVEDIBILITÀ. È VARIETÀ ECCITANTE, RICCHEZZA DI SCELTE, UNA CORNUCOPIA DI OPPORTUNITÀ. ... >>.

1588) << ... NON CI SI PUÒ ILLUDERE CHE POSSA ESISTERE QUALITÀ NEL "SERVIZIO" QUANDO LE PERSONE SI SENTONO CONTROLLATE A VISTA, SE NON SPIATE, E SI PREME SU DI ESSE CON AZIONI SIMILI AL TIRO A SEGNO SU UN UCCELLO IN GABBIA. ... >>.

1589) **A PROPOSITO DEI ... "SOGNI"**



<< ... I "SOGNI" PRODUCONO LE "SFIDE" DELLA "VITA".
... LEGGETE, STUDIATE E LAVORATE SEMPRE CON VOLONTÀ, SACRIFICIO, ETICA E PASSIONE: RAGIONATE CON LA VOSTRA TESTA (NON CON LA TESTA DEGLI ALTRI) E IMPARATE A DIRE (ANCHE) ... NO! SIATE RIBELLI (SE È INDISPENSABILE) PER GIUSTA CAUSA, DIFENDETE LA NATURA (INNANZITUTTO, LA VOSTRA: COSTI QUEL CHE COSTI) E I PIÙ DEBOLI; NON SIATE CONFORMISTI: NON SALITE SUI CARRI DEI VINCITORI; SIATE FORTI E SIATE LIBERI, OPPURE QUANDO SARETE VECCHI E DEBOLI RIMPIANGERETE LE MONTAGNE CHE NON AVETE SALITO E LE BATTAGLIE CHE NON AVETE COMBATTUTO." ... (m.r.s.+f.d.) >>.

1590) << ... CHI FA IL MANAGER DEVE RISOLVERE I PROBLEMI, NON PUÒ DIVENTARE LUI UN PROBLEMA. ... >>.

1591) **LA GESTIONE DEL ... "CLIENTE INTERNO"?**

<< ... LA FIDELIZZAZIONE DEI DIPENDENTI È SEMPLICEMENTE UNA FUNZIONE DI UN SUPERIORE "SERVIZIO INTERNO".

ASSUMETE, PAGATE E ISTRUITE LE PERSONE MIGLIORI E MAGGIORMENTE PORTATE VERSO LA GENTE.

RICONOSCETE E RICOMPENSATE L'ABILITÀ E I RISULTATI POSITIVI. SE DATE UN BUON SERVIZIO AI VOSTRI DIPENDENTI, ESSI DARANNO UN BUON SERVIZIO A VOI E AI VOSTRI CLIENTI. UNA CATENA RESISTE QUANTO IL SUO ANELLO PIÙ DEBOLE. IN UNA AZIENDA CI SONO I "PROPRIETARI" E I CLIENTI FINALI CON I

DIPENDENTI NEL MEZZO. LASCIATE CHE I CLIENTI FINALI SAPPIANO COME TRATTATE BENE IL VOSTRO PERSONALE. CIO' LI RENDERA' PIU' SICURI E A PROPRIO AGIO, E LI SPINGERA' A CONTINUARE I RAPPORTI D'AFFARI CON VOI. E' VANO E PERDENTE OGNI PROGRAMMA DI FIDELIZZAZIONE DEL CLIENTE CHE NON INCLUDA IL RICONOSCIMENTO E LA RICOMPENSA DEI DIPENDENTI. DOVETE DIMOSTRARE IN OGNI OCCASIONE CHE CI TENETE A LORO QUANTO E PIU' DEL " CLIENTE ". QUANDO I DIPENDENTI VENGONO TRATTATI ADEGUATAMENTE, IL LORO MORALE E' PIU' ALTO, PRIVILEGIANO LA LEALTA', SONO PORTATI A FARE DEL LORO MEGLIO PER L'AZIENDA E VORRANNO CONTINUARE A LAVORARE PER VOI. AI CLIENTI PIACE VEDERE SEMPRE LE STESSE FACCE. SIA I CLIENTI CHE I DIPENDENTI TRAGGONO MOLTO PIACERE DALLA STABILITA' E DAL TRATTARE CON PERSONE CHE CONOSCONO E APPREZZANO. E' IL " DIPENDENTE A VITA " A DARE I MIGLIORI RISULTATI CON I VOSTRI CLIENTI. COLLABORATORI NUOVI, SCONOSCIUTI, INESPERTI, NON ADDESTRATI (TRANNE IN CASI ECCEZIONALI) OFFRONO UNA BRUTTA IMMAGINE DELLA VOSTRA AZIENDA. SOLO COLLABORATORI SODDISFATTI E ADDESTRATI SISTEMATICAMENTE POTRANNO DARE PERFORMANCE, PRODUTTIVITA' E FEDELTA' SUPERIORI E POTRETE SPERARE DI ESSERE VINCITORI. POTETE ASSUMERE PERSONE QUALIFICATE, "FRESCHES", AMBIZIOSE; MA NIENTE PREPARA MEGLIO A GESTIRE IL PRE E IL POST-VENDITA QUANTO L'ISTRUZIONE CHE SI RICEVE SUL CAMPO, SUL LUOGO DI LAVORO E DURANTE L'APPLICAZIONE PRATICA DEI PROGRAMMI: L'HIGH TOUCH E' PIU' VITALE DELL'HIGH TECH. . . . >>.



1592) << . . . **I CLIENTI ACQUISTANO SOLO PER 4 RAGIONI:**

- PER SODDISFARE IL PROPRIO EGO,
- PER SENTIRSI PIU' SICURI (NON PREOCCUPATI),
- PER RISPARMIARE DENARO (O GUADAGNARLO),
- PER RISPARMIARE TEMPO.

. . . TUTTI I CLIENTI RITENGONO DI ESSERE ESSI STESSI IMPORTANTI ED ECCELLENTI. . . . >>.

1593) << . . . LA PERSONALITA' UMANA VUOLE AMORE, E VUOLE RISPETTO. OGNI ESSERE UMANO HA UN INTIMO SENSO DI VALORE, DI IMPORTANZA DI DIGNITA'. FERITelo, E AVRETE PERDUTO QUELLA PERSONA PER SEMPRE. COSI', SE AMATE E RISPETTATE UNA PERSONA, ANCHE LEI VI AMERA' E STIMERA'. UN ATTEGGIAMENTO DI RISPETTO E COMPrensIONE SINCERI SUSCITA COMPORtAMENTI APERTI, DI ACCETTAZIONE, DI DEDIZIONE E SIMPATIA.

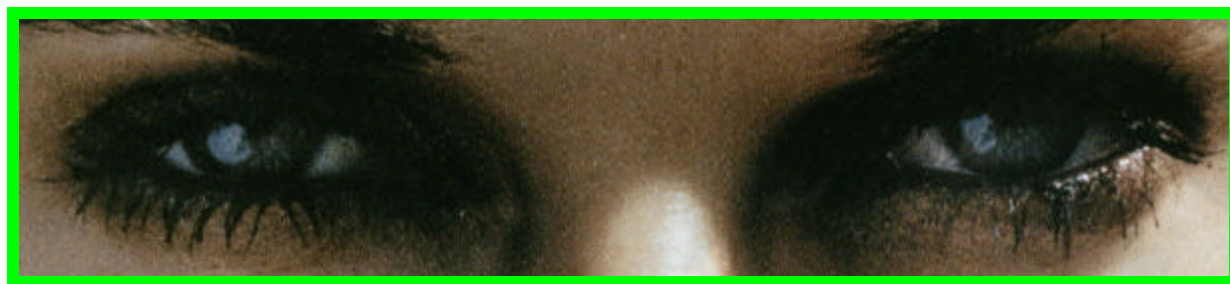
PERCIO', OCCORRE AVERE BEN PRESENTE CHE ESISTONO 4 MODI, E 4 MODI SOLTANTO, DI ENTRARE IN CONTATTO COL MONDO. E NOI VENIAMO GIUDICATI E CLASSIFICATI DA QUESTI 4 CONTATTI:

- A) QUEL CHE FACCIAMO,
- B) COME APPARIAMO,
- C) QUELLO CHE DICIAMO,
- D) COME LO DICIAMO.

IL DESIDERIO PIU' PROFONDO E ARDENTE DEL CUORE UMANO E' IL RICONOSCIMENTO E GLI ONORI. . . . >>.

1594) << . . . LA MIA "PARTITA", A SESSANTA ANNI, E' ANCORA TUTTA DA GIOCARE. LA VITA NON M'HA LICENZIATO, M'HA POSTO IN CASSA INTEGRAZIONE. NON E' DETTO CHE NON MI RIASSUMA. ANCHE SE LE "4 MURA" DELLA VITA SI RESTRINGONO DA TUTTE LE PARTI E RIDUCONO SPAZIO E RESPIRO. . . . >>.

1595) << . . . UN'ECONOMIA PROSPERA DEVE CONTINUARE AD ANDARE AVANTI, A CRESCERE, ALTRIMENTI RISCHIA UN AVVITAMENTO. C'E' UN PARALLELO CON L'AEROPLANO, CHE QUANDO E' FERMO A TERRA E' UN INUTILE INSIEME DI DADI E BULLONI, MA QUANDO SI LEVA NELL'ARIA DIVENTA UN APPARECCHIO CON UNA SUA FUNZIONE UTILE. PER RESTARE IN ARIA, DEVE CONTINUARE AD ANDARE. SE NON SI MUOVE, CADE (E NON PUO' ANDARE INDIETRO) >>.



1596) << . . . PURTROPPO, SPESSO, LA MAGGIOR PARTE DEI NOSTRI COSIDDETTI RAGIONAMENTI CONSISTONO NEL TROVARE ARGOMENTI PER CONTINUARE A CREDERE IN QUANTO CREDEVAMO. . . . >>.

1597)

DOPO LA CADUTA DEL MURO DI BERLINO?

<< . . . CHE DISINGANNO AVERE VISTO ANDARE IN FUMO LA FIDUCIA IN UN'EUROPA SENZA FRONTIERE O, ADDIRITTURA, IN UN'IRENICA ALLEANZA PLANETARIA. OGGI E' TEMPO DI RETICOLATI, DI PORTE BLINDATE. COSI', NEL GIRO DI POCHI ANNI, DA POSSIBILE CITTADINO DEL MONDO MI RITROVO SEQUESTRO NELLA RISERVA DI UN'ETNIA CHE AMO SVISCERATAMENTE (SICILIA), SI', MA CHE M'ILLUDEVO DI POTER AMARE ARMONIZZATA E FUSA CON LE ALTRE COMPLICI E CONSANGUINEE, COSI' COME NEI MIEI SCAFFALI CONVIVONO LE VOCI DEGLI AUTORI DI TUTTI I TEMPI E DI TUTTI I PAESI. . . . >>.

1598) << . . . SI E' SEMPRE DELLA CONVINZIONE CHE GLI ALTRI NON FACCIANO GRANCHE' E SOLO NOI ABBIAMO L'IMPRESSIONE DI VIVERE DELLE GIORNATE INTENSE. NON E' FACILE GIUDICARE L'ATTIVITA' MENTALE DEGLI INDIVIDUI. SPESSO ESSA NON ESPRIME RISULTATI ECLATANTI, MA NON PER QUESTO MENO CREATIVI. . . . >>.

1599)

A PROPOSITO DELLA

... "VECCHIAIA" ?



<< ... ORBENE, PER **RISPONDERE** CON **SINCERITÀ**, POSSO DIRE: **MI PIACE ESSERE "VECCHIO"**, PERCHÉ LA **"VECCHIAIA"** MI RENDE PIÙ **SAGGIO**, PIÙ **LIBERO!** ... SO CHE **NON VIVRÒ PER SEMPRE**, MA MENTRE **SONO QUI**, VOGLIO VIVERE SECONDO LE **MIE REGOLE**, QUELLE DEL **MIO "CERVELLO/CUORE"**. ... **NON VOGLIO LAMENTARMI** PER CIÒ CHE NON È STATO (**QUANDO LA "VITA" MI È PASSATA "VICINO" HO TENTATO DI ACCORGERMI, DI NON DISTRARMI**),
... **NÉ PREOCCUPARMI** DI QUELLO CHE SARÀ. ...
... **NEL TEMPO CHE MI RIMANERÀ?**
... SEMPLICEMENTE **AMERÒ LA VITA** COME HO FATTO FINO A OGGI.
IL **"RESTO"?** LO LASCIO FARE A ... **"DIO" (?)**. ... >>

1600)

L'"ETÀ" DEI "SOGNI" > OPPORTUNITÀ?

... L'ADOLESCENZA!

... ATTENZIONE!

NELL'ADOLESCENZA

... SI VOLA ALTO!



VIETATO CALPESTARE I ..."SOGNI" DEGLI "ADOLESCENTI"!

L'"ADOLESCENZA" BISOGNA SOLO ... "PROTEGGERLA"!

1601)

ARTE ORIENTALE



1602)

IL MORALISMO?

<< . . . E' MORALITA' IPOCRITA. IMPONE AGLI ALTRI, ESIGE DAGLI ALTRI, ACCAMPA DIRITTI, ERIGE NORME VALIDE SOLO PER GLI ALTRI. IL MORALISTA, COME IL "TARTUFO" DI MOLIERE, SI ATTEGGIA A MORALIZZATORE INTEGERRIMO, POI FA QUELLO CHE VUOLE. HA SEMPRE IN BOCCA ESPRESSIONI MORALI COME DIRITTO, DOVERE, BENE, MALE, GIUSTO, INGIUSTO. PERO', COME NEL VANGELO, VEDE IL FUSCELLO NELL'OCCHIO DELL'ALTRO, NON LA TRAVE NEL SUO. IL MORALISTA CONDANNA, SI INDIGNA, PROTESTA, STIGMATIZZA, CHIEDE GIUSTIZIA, PUNIZIONI ESEMPLARI. GUARDA SEMPRE GLI ALTRI, MAI SE STESSO.

. . . >>.

1603) **L'ATTIVITA' PREVALENTE DEL LEADER DEL 3° MILLENNIO?**

<< . . . UN DIRIGENTE TIPO DOVREBBE DEDICARSI PER IL 30% DEL SUO TEMPO ALLE FUNZIONI DIRETTIVE (IDEARE PIANI, PRESENTARE PROPOSTE AL D.G., ECC...) E PER IL 70% DOVREBBE SVOLGERE FUNZIONI DI ASSISTENZA ALLE FUNZIONI E AI PROCESSI SUCCESSIVI A LUI E SENTIRSI COINVOLTO DA QUESTI. CIOE', NON PRENDERE NEPPURE IN CONSIDERAZIONE L'IDEA DI ASSISTERE GLI OPERAI, I CAPI SERVIZIO, LE FUNZIONI OPERATIVE (CHE DOVREBBERO COSTITUIRE LA "CLIENTELA" DEL PERSONALE DIRIGENTE) E' UNA CONDOTTA FALLIMENTARE. FARE I DIRIGENTI NON SIGNIFICA LIMITARSI A DARE ORDINI TROVANDOSI MAGARI IN COSTANTE CONFLITTUALITA' CON LE FUNZIONI DI LINEA. . . . >>.

1604)

"ARTE" COMUNISTA



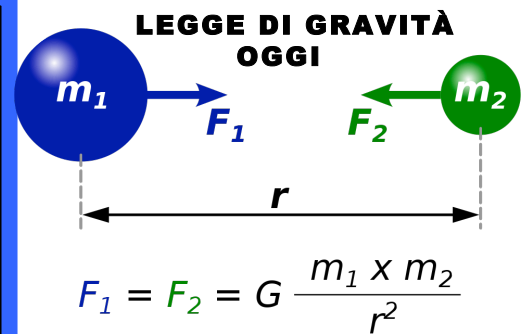
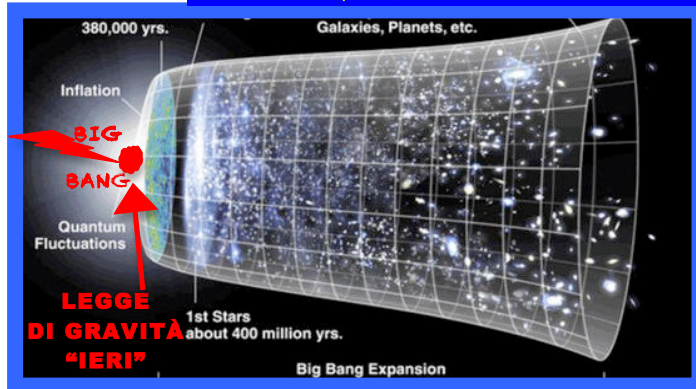
1605)

L'IMPORTANZA DEL "SERVIZIO"?

<< ... E' SEMPRE PIU' DIFFICILE CREARE UN VANTAGGIO COMPETITIVO BASATO SULLA TECNOLOGIA. I MANAGERS DOVRANNO DEDICARE MAGGIORE ATTENZIONE E RISORSE A UN "SERVIZIO" MIGLIORE QUALE FONTE PIU' DURATURA DI SUPERIORITA'. ... >>.

1606)

A PROPOSITO DEL ... "BIG BANG": DUE PRETI DELLA "SPECOLA VATICANA" RISCRIVONO LE "DINAMICHE" DELLA "LEGGE DI GRAVITÀ"



DUE RICERCATORI (IL GESUITA P. GABRIELE GIONTI E DON MATTEO GALAVERNIN DELLA DIOCESI DI REGGIO EMILIA-GUASTALLA), DELLA SPECOLA VATICANA (= L'OSSERVATORIO ASTRONOMICO DEL VATICANO > 1578 +1580), HANNO PUBBLICATO UNA SPIEGAZIONE MATEMATICA RADICALMENTE NUOVA SULLA GRAVITÀ NEL "1° ISTANTE" DEL "BIG-BANG". IN PRATICA È STATA FORNITA LA SPIEGAZIONE SU COME LA GRAVITÀ SI È COMPORTATA NEI PRIMI ISTANTI DELL'UNIVERSO.... ALL'INIZIO DEI TEMPI (~15 MLD DI ANNI FA), L'UNIVERSO SI È ESPANSO IN MODO ESPONENZIALE A PARTIRE DA UNO STATO AD ALTISSIMA DENSITÀ, DETTO "INFLAZIONE COSMICA". ... QUESTO SORPRENDENTE FENOMENO È SPIEGATO SUPPONENDO CHE LE LEGGI DELLA GRAVITÀ SIANO MOLTO PIÙ COMPLICATE IN QUELLA FASE INIZIALE, RISPETTO A COME SONO DESCRITTE DALLA RELATIVITÀ GENERALE DI A. EINSTEIN NEL 1915 E, SUCCESSIVAMENTE, DAL FISICO TEDESCO PASCUAL JORDAN (1964). ...

<< ... "POSSEDENDO" UN "PO" DI FISICA, CI SI DOMANDA: QUAL È STATA LA "FORZA" CHE HA DETERMINATO L'"ESPLOSIONE/ALLONTANAMENTO/ESPANSIONE" DELLA "MATERIA" (INVECE DELL'"ATTRAZIONE", SECONDO LA "LEGGE DI GRAVITÀ CLASSICA" CHE CONOSCIAMO)? ... DAI SUDDETTI RICERCATORI DELLA SPECOLA VATICANA SI ACQUISISCE UN NUOVO STUDIO SUL "BIG BANG" (= ESPLOSIONE DELL'"INFLAZIONE COSMICA"); ESSI HANNO INDICATO UNA NUOVA TECNICA MATEMATICA PER CAPIRE IL COMPORTAMENTO DELLA GRAVITÀ NEI PRIMI ISTANTI DEL (PRESUNTO) "BING-BANG" DEL NOSTRO UNIVERSO. ... I 2 ASTRONOMI DEL VATICANO RICORDANO CHE ALL'INIZIO DEI TEMPI (NEL "BIG-BANG"), L'UNIVERSO SI È ESPANSO IN MODO ESPONENZIALE DA UNO STATO AD ALTISSIMA DENSITÀ (= "INFLAZIONE COSMICA"). TALE FENOMENO PUÒ ESSERE SPIEGATO, OGGI, IPOTIZZANDO CHE LE LEGGI DELLA GRAVITÀ SIANO STATE MOLTO PIÙ COMPLICATE/ESTREME IN QUELLA FASE INIZIALE, RISPETTO A COME SONO DESCRITTE DALLA RELATIVITÀ GENERALE DI A. EINSTEIN (1915) E DI P. JORDAN (1964 > IDEA DI RADDOPPIO RAGGIO-TERRA NEGLI ULTIMI 100 MILIONI DI ANNI). ... I 2 "SPECOLATORI VATICANI", PADRE GABRIELE GIONTI E DON MATTEO GALAVERNI HANNO PUBBLICATO UN ARTICOLO (IL 15 APRILE 2022, NELLA RIVISTA "PHYSICAL REVIEW D"), DIMOSTRANDO (MATEMATICAMENTE), PERALTRO, CHE,

"CONTRARIAMENTE A QUANTO CREDUTO FINO A OGGI, IL RIFERIMENTO DI P. JORDAN E QUELLO DI A. EINSTEIN NON SONO MATEMATICAMENTE EQUIVALENTI/SOVRAPPONIBILI" (ndfd:"SPOSABILI"). ... >>.

N.B.: LA SEMPLICE LEGGE DI GRAVITÀ, DI ISAAC NEWTON (1666), ADOTTATA ANCHE OGGI NELLE "SCUOLE", ATTESTA CHE OGNI PUNTO MATERIALE ATTRADE OGNI ALTRO SINGOLO PUNTO MATERIALE CON UNA FORZA CHE PUNTA LUNGO LA LINEA DI INTERSEZIONE DI ENTRAMBI I PUNTI. LA FORZA È PROPORZIONALE AL PRODOTTO DELLE DUE MASSE E INVERSAMENTE PROPORZIONALE AL QUADRATO DELLA DISTANZA FRA LORO (COME DA FIG. SOPRA).

BRAINSTORMING

CONTINUA



B3c