



SETTEMBRE 2009

Dirigere l'impresa come un'orchestra



Come fa la musica a vendere milioni di dischi, a far maturare milioni di royalty o a riempire stadi e teatri di tutto il mondo? Innanzi tutto non tutta la musica vi riesce. Vi sono generi che non valicano la soglia della propria regione (folklore), generi elitari per pochi adepti (dodecafonia) o semplicemente brutta musica. Se pensiamo alla musica come a un prodotto e all'orchestra come alla sua fabbrica, possiamo tentare di capire attraverso

una strada nuova il segreto del successo di Beethoven, Beatles, Apple, Google, Ferrari o Armani. La musica occidentale possiede una sua organizzazione interna che ne garantisce fascino, riproducibilità e ricchezza. Proprio come un prodotto di design o un'automobile, la musica sa essere bella, industrializzabile e utile. Il segreto è frutto della sua lenta evoluzione da rumore a ritmo tribale, da canto vocale a musica strumentale fino a diventare **sistema armonico**: ritmo, melodia e armonia/arrangiamento. Qualsiasi organizzazione può essere gestita efficacemente facendo rispettare il

management



ritmo (le regole), evidenziando e premiando le idee e il talento (le melodie) ed integrando armonicamente le diversità di strumenti e musicisti (armonia). Dirigere l'impresa come un'orchestra significa anche ricordarsi che i musicisti sono uomini e che anche un'ottima programmazione del lavoro (spartito) per non risultare piatta e meccanica richiede cuore e interpretazione. Semplice? Niente affatto. Nella sua semplicità la grande musica è uno dei prodotti più complessi che l'uomo abbia saputo creare. Per questo può insegnare molto ad imprenditori, manager e a tutti coloro che devono produrre, gestire e innovare. (fm)

Music Manager[®] : persone e organizzazioni risonanti



smart management in collaborazione con C. Galimberti ordinario di Psicologia Sociale presso l'Università Cattolica di Milano, C. Gabbiani musicista e docente di musica per la comunicazione audiovisiva all'Università Cattolica di Milano, presenta: "Music Manager persone e organizzazioni risonanti". Rumore e armonia nel percorso di creazione del valore professionale e di impresa. Quattro seminari per im-

prenditori, dirigenti e manager. Il corso consente di migliorare i processi di creazione del valore attraverso le quattro dimensioni strutturali dell'eccellenza musicale:

- 1) **timbro** - identità e vocazione: il valore del tratto distintivo, della cultura e della capacità evocativa; come diventarne consapevoli e utilizzarli al meglio;
- 2) **ritmo** - il valore delle regole: come creare solide fondamenta per generare valore nel tempo;
- 3) **melodia** - coraggio e innovazione: il valore delle idee. Come attivare comportamenti creativi e innovativi;

4) **armonia/arrangiamento**: il valore aggiunto dell'integrazione delle diversità. Come e cosa integrare per migliorare la prestazione.

Il seminario prevede **testimonianze**, docenze tecniche, esercitazioni e laboratori esperienziali. "Music Manager" e "Il modello B.A.C.H." di Franco Marzo diventano strumenti per ottenere risultati professionali e aziendali.

Calendario dei seminari

- Il timbro - 6 novembre '09
- Il ritmo - 20 novembre '09
- La melodia - 3 dicembre '09
- L'armonia - 18 dicembre '09

APPUNTAMENTO

MILANO 29 SETTEMBRE

"MUSIC MANAGER" IN

ASSOLOMBARDA

"Dirigere l'impresa come un'orchestra", Franco Marzo illustra come i modelli organizzativi dell'orchestra e dell'armonia musicale possono aiutare l'impresa ad aumentare efficienza e marginalità.

Milano 29 settembre, ore 15,00 Assolombarda — Sala Falk, Via Chiaravalle 8



formazione

Per prenotazioni e informazioni contattare smart management 02 - 36510075 - 328.1675870 - 347.2344109

info@smartmanagement.it

L'ECCELLENZA
DELLA MUSICA AL
SERVIZIO DELLE
IMPRESE

IN SECONDA PAGINA

"Primati" di leadership e meritocrazia

Ascolto surround un nuovo tipo di ascolto

“Dovremmo fare attenzione a non fare dell’intelletto il nostro dio. Certo, ha muscoli possenti, ma non ha personalità. Non può comandare, può solo servire” (Albert Einstein)

“Primati” di leadership e meritocrazia

cultura di impresa



QUALCHE
UTILE CONSIGLIO
MANAGERIALE DAL
MONDO DEI PRIMATI
NON UMANI

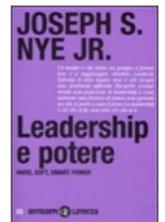


MERITOCRAZIA DEGLI SCIMPANZÉ

Lo scimpanzé vive nelle foreste tropicali dell’Africa. Nel suo modello di aggregazione sociale non esiste una stretta gerarchia di gruppo, ma una forma di dominanza è esercitata dai maschi più anziani, non da quelli più forti. Le relazioni di dominanza sono fondate su qualità psicologiche come l’ingegnosità e l’invenzione, piuttosto che sulla forza bruta e sull’aggressività. Jane Goodall

nel 1971 osservò un maschio subordinato raggiungere rapidamente una posizione dominante in seguito ad un’intelligente invenzione. Grazie al rumore prodotto sbattendo tra di loro due contenitori di kerosene vuoti era riuscito ad aumentare la sua capacità intimidatoria, tanto che in pochi giorni acquisì una posizione preminente nel gruppo e riuscì ad ottenere il rispetto di tutti gli altri membri, anche di quelli fisicamente più dotati. (Brunetto Chiarelli “Dalla natura alla cultura” - 2003 - Piccin Nuova Libreria spa - Padova)

comandanti sono sempre altri e non ne conosciamo alcuno. Sorprende scoprire che la meritocrazia è un’esigenza antropologica legata alla conservazione della specie, attraverso la quale si esprime la leadership. Invece di fare corsi sulla leadership a gente mediocre sarebbe sufficiente promuovere i più bravi. Come ricorda Joseph S. Nye Jr in Leadership e Potere, la leadership se non c’è la creazione i seguaci. (fm)



I dibattiti sulla meritocrazia sono diventati salotti in cui la maggior parte degli intervenuti mente: i raccomandati o i rac-

Ascolto surround

L’ascolto è certamente una delle competenze manageriali più importanti. Saper ascoltare significa aprire le porte del proprio animo per accogliere tutto ciò che non ci appartiene: il nuovo, l’inedito, il diverso. Solo se lo accogliamo possiamo analizzarlo, valutarlo e gestirlo. Chi pensa che si ascolti con le orecchie si sbaglia. In realtà si ascolta più con la pancia.

Dalla pancia passa una fittissima rete neuronale che elabora e traduce istantaneamente le percezioni che il nostro corpo riceve attraverso i sensi. L’ascolto surround consiste nella capacità di attivare tatto, odorato, gusto, vista e udito per accogliere il mondo esterno per come è, senza un giudizio immediato: la pancia percepisce il vero. Solo dopo aver ascoltato fino in fondo

possiamo *comprendere* (prendere dentro). L’ascolto surround ci permette di scoprire il fascino e la *bellezza* del mondo in tutte le sue minime sfaccettature, offrendoci infiniti spunti di rielaborazione. L’ascolto diventa abilità *estetica*, capacità di percepire il mondo. L’alternativa è iniettarsi un *anestetico* e non sentire più nulla. (fm)

armonia



DOPO MONO, STEREO E
QUADRIFONIA UN
NUOVO TIPO DI
ASCOLTO



DTS 2000

Umanizziamo la tecnologia

dal blog zero618



“La sua telefonata è molto importante per noi?” Così, dopo avermi proposto cinque opzioni sulla tastiera, il centralino automatico di una grande multiutility, mi stupisce positivamente preannunciandomi l’intervento di un operatore umano. Il tono è suadente e deciso e per un attimo mi compiacio con chi ha avuto la bella idea. “La sua telefonata è molto importante per noi?” – fantastico! “Attenda per non perdere

la priorità, un operatore le risponderà al più presto”. Lo dice anche in inglese nonostante l’aria di intervento dell’impresa sia nazionale, il che denota un’apprezzabile apertura multiculturale. “La sua telefonata è molto importante per noi!” ripete per la terza, per la quarta, per la quinta, sesta, settima volta. Il mio sentimento muta radicalmente, attivo il viva voce, mentre lavoro al computer trascorro-

no circa 15 minuti. Medito di “massacrare” il povero operatore che risponderà. Ma non succederà mai perché trascorso il quarto d’ora decido di appendere la cornetta. Penso tra me: figuriamoci se la mia telefonata non era importante! E’ inevitabile tutto questo, dobbiamo proprio rassegnarci? - segue su:

<http://zero618.wordpress.com/>

“LA SUA TELEFONATA È
MOLTO IMPORTANTE
PER NOI...”

Visita il blog di Franco Marzo
zero618.wordpress.com