



L'imperativo proviene da Tom Peters, il padre dell'azienda post-moderna secondo il Los Angeles Times, noto per le sue idee rivoluzionarie e la sua vasta esperienza (è stato executive e partner McKinsey). Ci sembra opportuno inaugurare questa rubrica partendo da uno dei maggiori esperti di management a livello internazionale, autore del bestseller *In search of excellence*, scritto con Robert Waterman, un'indagine che individua gli 8 fattori di successo comuni a 43 aziende americane prese in esame dagli autori e appartenenti alla classifica Fortune 500. Il sito web di Tom Peters contiene numerosi documenti e articoli su management e strategia, di cui è possibile trovare un utile distillato in "Everything you need to know about strategy. A baker's dozen of eternal verities". Cos'è la strategia in poche parole? L'essenziale della strategia è "sapere dove si sta andando", che detta così può sembrare facile e invece non lo è, considerando la velocità alla quale gira il mercato oggi. Allo stesso modo è importante sapere "con chi si sta andando", circondarsi di persone che condividono la nostra passione e la nostra determinazione, e che siano dotate della flessibilità necessaria per adattarsi tutte le volte che occorre. Come sapere che si sta andando nella giusta direzione allora? Occorre tenere a mente alcuni punti fermi, che il guru enumera nell'articolo in questione. Innanzitutto bisogna individuare talenti incredibili e spingerli a ricerche audaci, selezionare per il proprio team persone straordinariamente "singolari"; occorre poi fare in modo che il proprio consiglio di amministrazione sia composto al 50% da donne (o almeno per un terzo) e creare una cultura che favorisca l'innovazione e l'imprenditorialità (con la "I" maiuscola); è inoltre fondamentale incoraggiare e lodare quanti dimostrano "un'instancabile inclinazione all'azione" ed adattare il lessico all'altezza della situazione, utilizzando abitualmente termini forti e incoraggianti come "Eccellenza" e "Grandi obiettivi". Cos'altro valutare quando si pensa alla strategia? L'importanza di essere aperti alle nuove tecnologie e accoglierle con un entusiasmo infantile, di andare oltre al semplice "servire e soddisfare i clienti", cercando piuttosto di offrire loro esperienze fantastiche, che trasformino il loro modo di vedere il mondo; essere consapevoli delle enormi - e in parte inesprese - potenzialità dei mercati delle donne e dei baby-boomers (i cinquanta/sessantenni). Per approfondimenti www.tompeters.com