

Stezzano, 15 febbraio 2019

# NUOVI STRUMENTI E NUOVI LINGUAGGI PER LEGGERE IL MONDO DI OGGI



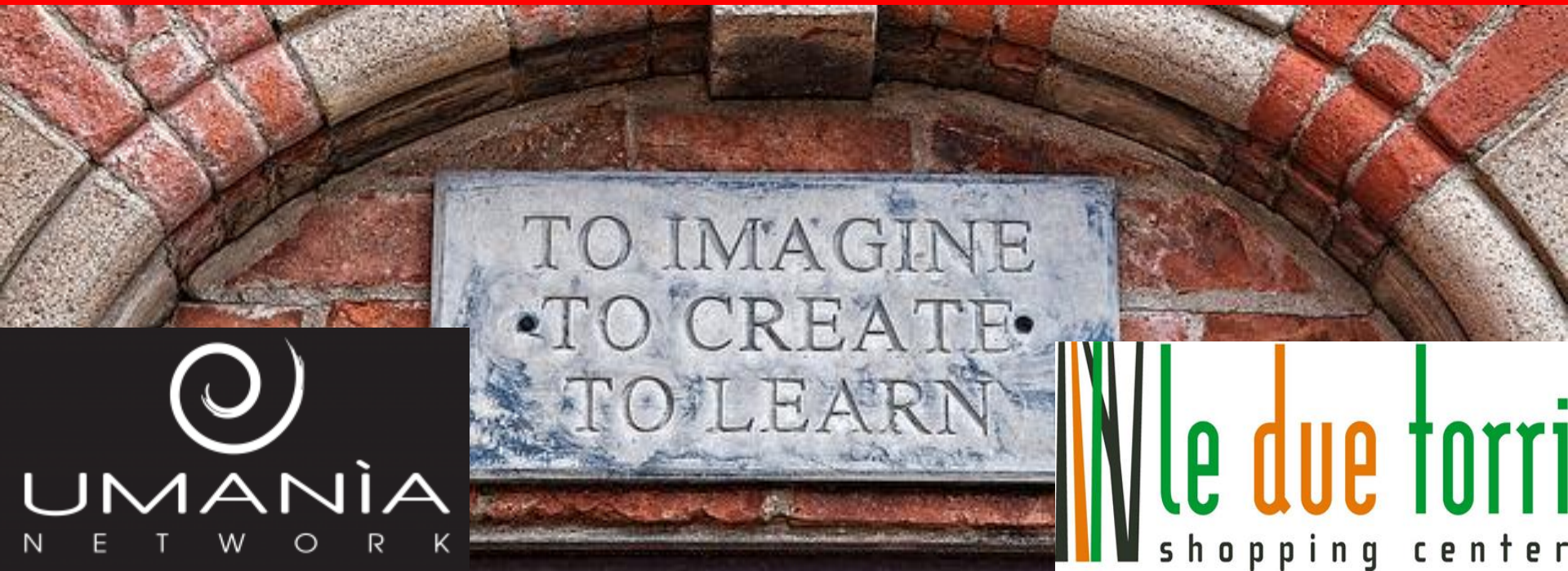
Stefano Pollini

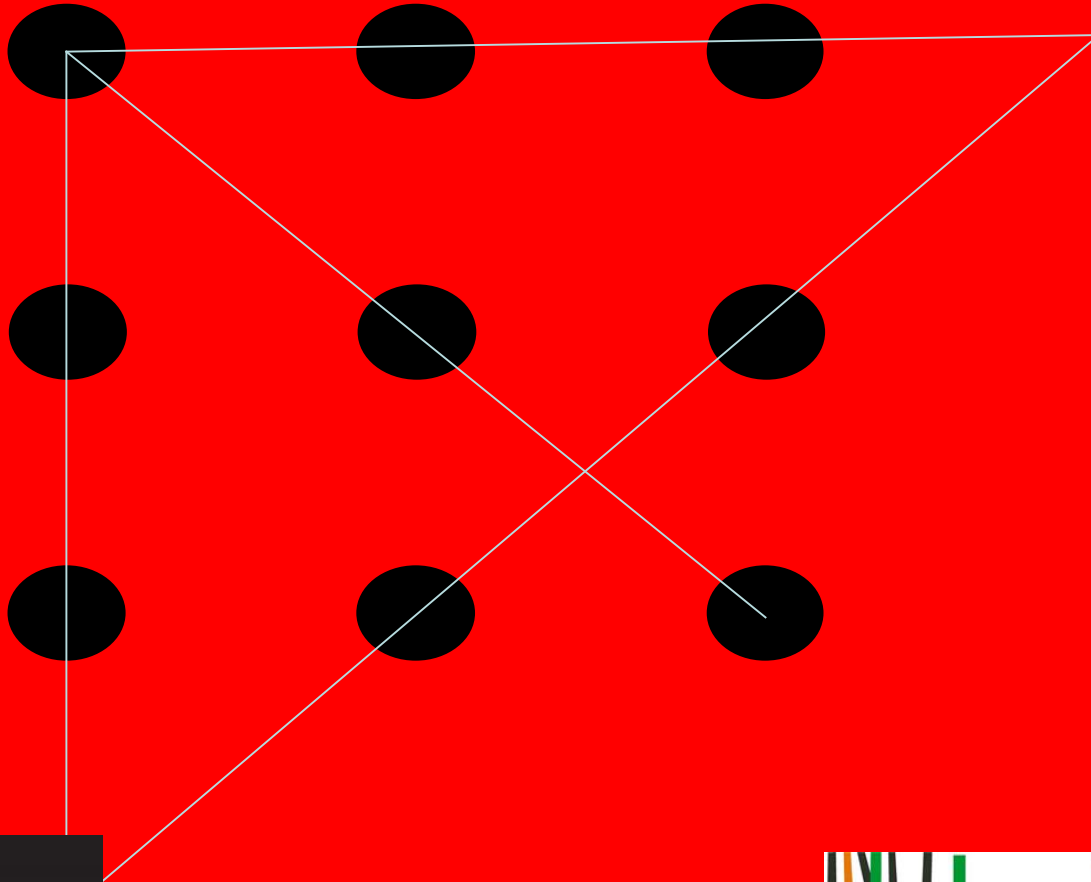
<https://stefanopollini.com/>



Noi siamo le nostre risorse cognitive.

Se cambiamo modo di pensare, cambiamo i nostri comportamenti e cambieremo anche le cose che facciamo.





«C'è un disallineamento tra quanto la scienza sa e ciò che le imprese praticano. Molto più spesso di quanto pensiamo le imprese continuano a basare le loro decisioni, e la loro strutture organizzative su assunti obsoleti, non provati, e fondati più sulla tradizione popolare che sulla scienza»

Dan Pink

[Dan Pink sulla sorprendente scienza della motivazione.mov](#)



# MOTIVAZIONE E INCENTIVI: QUELLO CHE IL DENARO NON PUÒ COMPRARE.

Gli incentivi "se... allora..." funzionano benissimo se ci sono regole semplici e un chiaro traguardo da raggiungere. Le ricompense, per loro stessa natura, concentrano l'attenzione, restringono il pensiero. Ecco perché funzionano in tanti casi. In attività in cui l'obiettivo là davanti a te, su cui fare zoom diretto, funzionano ottimamente.

Le ricompense, per loro stessa natura, concentrano l'attenzione, restringono il pensiero.



# MOTIVAZIONE E INCENTIVI

Con il problema della candela di K. Dunker, la soluzione non è davanti. La soluzione è alla periferia.

La ricompensa restringe l'attenzione e riduce le nostre possibilità.

(Dan Pink)



# MOTIVAZIONE E INCENTIVI

Gli incentivi economici possono produrre un impatto negativo sul risultato globale.





# MOTIVAZIONE E INCENTIVI

1. Gli incentivi, i premi tipici del 20° secolo che pensiamo siano la parte naturale del mercato funzionano, sì, ma solo in casi sorprendentemente limitati.
2. Questi incentivi "se... allora..." spesso distruggono la creatività.
3. Il segreto per risultati di alto livello non sta nei premi o nelle punizioni, ma nella pulsione interna che non si vede. La pulsione a fare le cose per il loro valore. La spinta a fare le cose perché hanno senso.





# MOTIVAZIONE E INCENTIVI

«Se vuoi costruire una nave, non affaticarti a chiamare la gente per raccogliere legna e preparare gli attrezzi; non distribuire i compiti, non organizzare il lavoro.

Prima risveglia negli uomini la nostalgia del mare lontano e sconfinato, appena si sarà risvegliata, in loro, questa sete, si metteranno subito al lavoro per costruire la nave».

*Antoine de Saint-Exupéry*



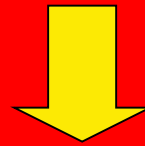
# MOTIVAZIONE E INCENTIVI

Le persone sono motivate e coinvolte esclusivamente dalle **Imprese** che ritengono emozionanti, alte, belle ai loro occhi.



# COMPETERE

- A) spinta a innovare, e a differenziare la propria distintività, con prodotti e servizi unici;
- B) fare le stesse cose un pochino meglio ad un costo leggermente inferiore



“Competere” nel senso “A” porta a crescere, porta progettualità, entusiasmo, invece “competere” nel senso “B”, porta alla distruzione di ogni margine di profitto e alla crisi.



# COMPETERE

La competizione non è una “malaparola”.

La competizione nello sport, va benissimo, è stimolante e spinge a migliorare. Il problema è che poi si pensa che il mercato del lavoro sia un gioco a somma zero come lo sport.

Nel mercato ci sono molte più possibilità di quello che si pensa e spesso parlare solo di competizione (che è competizione sull'esistente) toglie capacità di immaginare il futuro in modo diverso.

[Vedi articolo: “Dialogo sulla competitività”](#)



# COMPETERE

Gli studi strategici sulle imprese (e sui territori se parliamo di turismo) ci dicono che la parola competizione porta alla lunga alla distruzione dell'impresa, perché porta a fare sempre le stesse cose, solo leggermente diverse e con margini sempre più ridotti. Se, invece, con competizione si intende "inventare cose nuove e uniche" e quindi non avere praticamente *competitors* va benissimo, però è strano, o meglio è pericoloso chiamare con la stessa parola cose tanto diverse.

Ostinarsi a competere, quando si deve cambiare il mondo, porta a quella grande confusione collettiva che si chiama crisi.



Grazie per l'attenzione

Stefano Pollini



<https://stefanopollini.com>

