



A cura di
Paolo Mazzaglia
di Otherwise srl
pmz@otherwise.it

LA PAROLA AL FORMATORE

Tesla e Edison sono stati grandi e prolifici inventori con idee che hanno cambiato il mondo in modo profondo. Tesla ha sviluppato le basi del motore a induzione, del telegrafo senza fili, della radio, le lampade a neon e soprattutto la corrente trifasica alternata che ha permesso la distribuzione dell'energia su scala globale. A Edison sono attribuite la telecamera, la pila alcalina, il fonografo e soprattutto la lampada elettrica.

Tesla però è morto povero in canna mentre Edison ha ricevuto la medaglia d'onore del Congresso ed ha avuto una vita agiata. Perché questi due percorsi così differenti?

di attirare l'attenzione, di superare le resistenze ed infine di ottenere supporto, approvazione, sponsorship e risorse.

Di fatto la nostra capacità di generare innovazione (chiamiamolo "capitale innovativo") oltre che dall'idea dipende da un mix intangibile di reputazione, network, capacità di vendite e di influenza che ci consentono di ottenere l'appoggio necessario. Potremmo sintetizzare gli ambiti su cui concentrarci in modo consapevole in quattro punti:

1. Costruisci il tuo network: non è cosa sai, ma chi conosci che fa la differenza nella realizzazione. Le persone giuste

L'idea non basta

Edison fu capace di creare relazioni di successo con finanziatori, giornalisti e altri inventori e di usare quel network per portare avanti le sue iniziative coltivando la propria reputazione e una forte narrativa attorno al suo percorso. Ad esempio quando riuscì a realizzare una lampadina commercializzabile ricevette da JP Morgan 30.000 dollari per lanciare la *Edison Electric Light Company*. Quando inventò il fonografo lo portò negli uffici di *Scientific American* per mostrarlo e finirono per scrivere una storia a riguardo.

Tesla invece non ebbe queste capacità e seppure le sue idee furono egualmente (se non più) brillanti incontrò solo delusioni e difficoltà.

Avere una buona idea non è abbastanza: spesso è solo il primo passo di un percorso ricco di ostacoli e la frustrazione accumulata nel cammino può fare desistere. Si perché nel mondo reale quello che dobbiamo fare a seguito di una intuizione o iniziativa innovativa è ottenere il supporto degli altri. Il successo finale nell'implementazione del nostro progetto è un processo complicato che implica la capacità

nel posto e nel momento giusto fanno tutta la differenza.

2. Racconta la tua idea/visione: sai emozionare nel raccontare la tua idea? Le persone si convincono non solo razionalmente ma anche emozionalmente e la capacità di portarle all'interno della tua storia è quasi più importante dell'idea stessa.
3. Costruisci la tua reputazione: la gente deve credere che tu possa farlo accadere, e questa convinzione influenza la loro volontà di aiutarti e la determinazione nel farlo.
4. Sii resiliente: è normale quando siamo portatori di una nuova idea affrontare le resistenze degli altri. Anche noi spesso siamo diffidenti verso il nuovo, è una reazione normale. Inoltre nella complessità moderna oltre alle ostili reazioni possibili si incontrano una miriade di intoppi tecnici, burocratici, organizzativi. La resilienza è la capacità di tener duro e ripartire dopo un "no" oppure dopo un primo fallimento.

Lavorare su questi quattro comportamenti strategici implica possedere una serie di skills che vanno al di là dell'IQ tradizionale e che invece attingono al ricco mondo dell'intelligenza emotiva. Prima quindi di deprimerci per la fatica di portare avanti le nostre idee chiediamoci: è l'idea che non funziona o sono io che non sto facendo la cosa giusta per spianarle la strada?

