



Obiettivi: benedetti ma anche maledetti

Gli obiettivi sono fondamentali. Nel business è quasi impensabile pensare di andare avanti senza ed è praticamente impossibile trovare qualcuno che osi contrastare la sacralità di questo modello di pensiero.

Tutto sommato non è sbagliato, gli obiettivi servono per aumentare le vendite, riuscire a correre una maratona o ottenere qualunque risultato a casa o al lavoro. E se proprio siamo destrutturati e vogliamo avere un pizzico di risultati cominciare a ragionare per obiettivi non può che farci bene. Ok. Eppure se proviamo a spostare leggermente la visuale forse c'è un livello superiore o forse solo un angolo diverso.

Esiste uno studio universitario, *Goals Gone Wilde*, che illustra gli "Systematic Side Effects of Over-Prescribing Goal Setting".

Gli autori identificano in sintesi alcuni "effetti collaterali" (e l'analogia con i farmaci non è casuale) derivanti da un "eccesso" di concentrazione sugli obiettivi. Tra questi un eccessivo focus, che come dice la parola stessa è un chiudersi del campo visivo su un'area ristretta, e che ha come conseguenze trascurare (fino ad ignorare completamente) le aree che sono al di fuori dell'obiettivo e la perdita di opportunità a portata di mano che però proprio perché troppo focalizzati non vediamo.

Un esempio di questi fenomeni è rappresentato da alcune agenzie focalizzate appunto ad essere le migliori a realizzare spot TV che hanno perso completamente il treno rappresentato dalla rivoluzione digitale.

Altri effetti collaterali sono: una diminuzione dell'apprendimento, la corrosione della cultura aziendale, la riduzione della motivazione intrinseca e la nascita di comportamenti non etici (negli Stati Uniti ad esempio alcuni insegnanti messi sotto pressione falsificavano i dati relativi alle performance positive

degli allievi). Gli autori del documento raccomandano di trattare gli obiettivi come un farmaco che funziona solo se preso nelle giuste dosi e costantemente monitorato.

E per operare ed avere successo senza troppa enfasi sugli obiettivi

verso il mondo e il mercato ed è infine fondamentale avere la capacità di percepire i segnali anche deboli ed adattarsi velocemente. E obiettivi rigidi (assieme alle procedure) sono nemici del cambiamento.

Se l'organizzazione è troppo rigida



cosa serve? Serve gente appassionata, gente che va ispirata e guidata verso il successo grazie all'esempio, alla motivazione, allo scambio e a una buona dose di feedback costruttivi. Serve anche non avere paura del caos, antenne puntate

e stressata quindi occhio: forse per inseguire i risultati in un mondo competitivo come quello di oggi forse stiamo subendo un'overdose di "obiettivi e procedure", mollare un po' ed aver fiducia nelle persone non può che portare benefici. ■