

THE RULING COMPANIES

ASSOCIATION

59 MINUTI: INCONTRI FULL IMMERSION AD ALTA EFFICACIA, CON ESPERTI CHE PRESENTANO CON COMPETENZA E RAPIDITA' LE ANALISI E LE INFORMAZIONI CHE OCCORRE CONOSCERE PER INVESTIRE E OPERARE NELLE SITUAZIONI IN ESAME. FORMATO AGILE E DI FORTE INTERATTIVITA' CON I PARTECIPANTI.

59 MINUTI SU...

LE NUOVE ARMI MANAGERIALI PER COMPETERE

NELL'ERA DELLA RETE

OLTRE IL LATO OSCURO DEL DIGITALE

DATA: 14 aprile 2014

ORARIO: 15.00 registrazione, 15.15 inizio dei lavori; 16.14 termine

SEDE: Hotel Four Seasons (Milano, Via del Gesù 6/8)

Coffee-break al termine dell'incontro

FOCUS

Le aziende operano in un ambiente sempre più complesso e imprevedibile dove le tecnologie digitali svolgono un ruolo essenziale. Ma come tutte le tecnologie potenti devono essere conosciute in maniera non superficiale per evitare che ci "scappino di mano" senza che ce ne rendiamo conto. Occorre una vera educazione al digitale che crei una "digital awareness & proficiency" che consenta di comprendere l'ambiente digitale per scegliere le soluzioni tecnologiche appropriate, ma anche le implicazioni organizzative, psicologiche e linguistiche per usare al meglio le soluzioni tecnologiche adottate e tenere sotto controllo gli aspetti più problematici e i lati oscuri.

Il tema non è più demandabile solo ai tecnici, agli esperti o allo stesso Chief Information Officer. I leader del XXI secolo dovranno saper padroneggiare le tecnologie ICT e muoversi a loro agio nell'ambiente digitale. Questa sarà una competenza chiave poiché la competitività di un'azienda dipenderà sempre di più anche da come il digitale viene utilizzato all'interno e verso l'esterno.

Per creare consapevolezza e "proficiency" sul digitale non basta la conoscenza del suo ambiente e delle sue dinamiche. Vanno infatti affiancate e rafforzate alcune specifiche competenze che saranno le "soft skill" del XXI secolo:

- organizzare e gestire il tempo proprio e dei collaboratori, sempre più "divorato" da un uso inconsapevole degli strumenti digitali;
- costruire, mantenere e (ri)utilizzare la propria conoscenza, che va molto di là del knowledge management aziendale;
- saper leggere e comprendere (*sense making*) gli indizi e segnali deboli che ci circondano per anticipare i fenomeni e coglierne le implicazioni prima dei concorrenti;
- padroneggiare gli elementi base della retorica – l'arte del ragionare (e del dire) – per intuire, motivare, negoziare, persuadere, anche all'interno dell'ambiente digitale.

Solo in questo modo i manager potranno cogliere a pieno le straordinarie opportunità offerte dalla rivoluzione digitale senza cadere nelle sue trappole o farsi ingannare dalle sue sirene.

IL RELATORE



Andrea Granelli è presidente e fondatore di Kanso, società di consulenza nell'innovazione. Nel 1989 entra in McKinsey presso l'ufficio di Lisbona. Nel 1996 entra in Telecom Italia come direttore marketing e vendite di TIN e diventa successivamente amministratore delegato. Nel 2001 è nominato amministratore delegato di Tilab e responsabile di tutte le attività di Ricerca e Sviluppo del gruppo Telecom. Nella sua attività professionale ha creato molte aziende e lanciato diverse iniziative: tin.it, TILab, Loquendo (fondo di Venture Capital di 280 milioni di dollari basato a New York), l'Interaction Design Institute di Ivrea, l'Esposizione permanente di tecnologia presso i chiostrini di S. Salvador a Venezia e il laboratorio Multimediale dell'Università La Sapienza di Roma. E' presidente dell'archivio storico Olivetti.