



Semplici soluzioni

Negli ultimi anni, io e, come me, molti altri professionisti abbiamo passato molto tempo a studiare tecniche sofisticate per intervenire e trovare soluzioni efficaci su, praticamente, qualsiasi tipo di situazione... nel mio caso, spesso e volentieri, aiutando i miei clienti ad elaborare idee creative.

Da circa due anni, però, ho sentito l'esigenza di togliere complicazione alla complessità, e pensare di più ai destinatari...

Ho iniziato, così, a **proporre attività e strumenti facili da applicare** e, sempre più spesso, ho lavorato stimolando i miei clienti ad affrontare la complessità con la semplicità di chi crea o inventa o cerca, piuttosto che con la complicazione, la rigidità e la fatica di chi deve dimostrare che la verità è quella, e solo quella che già si conosce.

Creare, infatti, è un'azione che consiste nel fare qualcosa che prima non c'era, partendo da un'idea innovativa, nuova, originale.

Ed è forse all'originalità (alla riscoperta delle nostre origini) che dovremmo tornare, per essere veramente creativi, in quest'epoca così complicata, e così poco originale.

E, infatti, **back to the basics** (ritorno ai fondamentali) è il principio a cui si ispira il movimento di economisti e studiosi del management che vede nell'esigenza di semplificare un valore importante per il buon successo aziendale.

Esigenza che nasce dalla considerazione che le nuove generazioni hanno, oggi, una serie di conoscenze complesse e difficili da usare con consapevolezza, senza conoscere i pilastri fondamentali delle diverse discipline.

D'altronde, anche il genio indiscusso, Michelangelo, basava la sua scultura sul "levare", cioè sull'eliminare il materiale superfluo dal marmo, che aveva già, a suo dire, una forma da assecondare... semplicemente.

Da quando ho iniziato questo percorso "di alleggerimento", sempre più clienti si stupiscono della facilità con cui trovano soluzioni che neanche riuscivano a immaginare.

Se volete un esempio pratico ed efficace per applicare la semplicità nel "problem solving", potete seguire questo schema:

1. **Obiettivo:** Quale risultato volete ottenere? Come lo misurerete?
2. **Possibilità:** Cosa si può fare per ottenere questo risultato?
3. **Analisi:** Quali, tra le possibilità emerse, sembra più praticabile per voi, nel contesto nel quale volete agire?
4. **Scelta:** Cosa vi impegnate a fare? Entro quando?
5. **Azione**
6. **Riconoscimento:** Cosa ha funzionato? Cosa non ha funzionato? Cosa potete imparare?

Piuttosto che passare molto tempo a costruire percorsi complicati, sperimentate questi semplici passi: saprete dirmi che utilità hanno avuto per voi.

Massimo Fancellu

Àgape Consulting S.A.S. di Fancellu Massimo A.P. & C.

Via Turritana, 20 - 07100 Sassari - Tel. 079/233476 - Fax 079/2006184 - www.agapeconsulting.it - maxfance@tiscali.it
P.IVA 02024820900