RISORSE

LENTE D'INGRANDIMENTO

Responsabilità sociale e pandemia

Con lo storico *Modello delle cinque forze competitive* di Porter (1982) un'impresa può valutare il proprio posizionamento e delineare quali siano le decisioni strategiche più opportune da adottare. Si tratta di uno strumento molto noto e citato, tecnicamente sembra infatti ineccepibile l'opportunità di conoscere a fondo, anche in modo comparato, tutti gli attori che operano nell'ambiente economico di riferimento (concorrenti diretti, fornitori, clienti, potenziali entranti e produttori di beni sostitutivi). Anche la schematicità (per quanto in una seconda formulazione l'autore citato abbia corroborato il framework aggiungendovi i produttori di beni complementari e gli enti regolatori) può essere un pregio, perché promuove una visione sintetica di un quadro d'insieme vasto e, dunque, dà impulso ad un'azione molto focalizzata. Forse meno condivisibile è l'idea di base che le forze in azione siano meramente deleterie per la redditività e vadano, di conseguenza, monitorate al solo scopo di fronteggiarle. Molti dati recenti (Istat, RetImpresa, Centro Studi Confindustria) dimostrano invece che le imprese in grado di avere una visione di interazione positiva con l'ambiente presentano performance migliori in termini di produttività, efficienza, interconnessione, innovazione e orientamento all'estero. Ad esempio, ceteris paribus, chi aderisce ad un Network registra una dinamica occupazionale superiore di 5,2 punti percentuali in un anno (8,1 in un biennio e 11,2 in un triennio) e chi si aggrega ottiene un impatto sulla dinamica del fatturato pari a +7,4 punti percentuali in un anno (e fino a +14,4 dopo tre). L'interazione, insomma, è occasione di scambio di esperienze e conoscenze (Grant e Baden-Fuller, 2004) e quindi è opportunità di apprendimento (Powell, 1998). Allora sembra più opportuno ragionare come suggerito da Freeman (1984) e considerare d'interesse e rapportarsi con tutti i gruppi o gli individui che non solo influiscono ma sono anche a loro volta influenzati dal raggiungimento dello scopo d'impresa

(stakeholders). Ma dal punto di vista operativo come si gestiscono le relazioni per aumentare il valore e il tasso di successo dei propri progetti? Un interessante volume che offre utili lumi in merito è "La prospettiva degli stakeholder", edito da FrancoAngeli (2020), di Massimo Pirozzi. Grazie al contributo di questo autore risulta chiaro ad esempio che soddisfare i requisiti e le aspettative degli stakeholder è un fattore critico di successo e che tra relazioni e valore rilasciato da un progetto il legame è stretto tanto da necessitare di un percorso strutturato ed integrato perché sia efficace.

Continua a leggere..

INTERNAZIONALE

Recruiting in the United States in 2021

Near the end of 2019, no one could have predicted the global upheaval that would kick off the second quarter of 2020 and then last throughout the year. With a pandemic that has not only caused a public health crisis but an economic recession that hit nearly every industry spanning the world, executive search firms across the InterSearch alliance have shown incredible resilience in continuing to place A-level talent in mission-critical roles. As the United States representatives for InterSearch, Charles Aris team members – alongside many of the country's economic and business leaders – remain optimistic that next year will see significant growth as key Q4 metrics continue to improve entering 2021. While this year has largely been difficult for the vast majority of industries, there were a few sectors which generated revenue growth. Consumer packaged goods, distribution and shipping companies, online businesses (especially those servicing consumer staples), personal recreation and home improvement all seemed to avoid becoming a COVID casualty. Even home vacation rentals such as Airbnb have done surprisingly well, as U.S. residents seek ways to safely leave their homes in times of physical distancing. On the other side of the pandemic coin, travel and leisure, luxury items, brick-and-mortar-based retail and the restaurant industry have all been hit hardest. We expect the drop in demand for the aforementioned struggling industries to continue through at least the first half of 2021, which will unfortunately lead to more businesses permanently closing. On the whole, however, we anticipate a strong growth year if the pandemic can be contained. Big data, data analytics, customer insights, digital marketing, strategic planning and transformative operational expertise are and will be the hottest areas of talent demand in the States. With consumer data now ubiquitous in the marketplace, companies need to better harness that data to make important strategic decisions – so they are hiring more data scientists as a result. The trend of companies looking to hone their digital capabilities will continue next year as well.

Keep reading...

IN LIBRERIA

- **La trapppola della tecnologia**
  Autore: Carl Benedikt Frey – Editore: Franco Angeli
- **Non morire di riunioni. Un metodo efficace per organizzare smart meeting che fanno bene alle persone e al business**
  Autori: Marina Capizzi e Tiziano Capelli – Editore: Franco Angeli
- **Comunicazioni manageriali e tecniche attoriali**
  Autori: Ettore Cibelli, Giampaolo Bruni e Marco Ballerini – Editore: Book Sprint

www.intersearch.it
euren@intersearch.it

EUREN INTERSEARCH - www.intersearch.it
Aut. Min. Lav. ex D. Lgs. 276/03 - prot. nr 1317 del 15.1.07
TORINO Corso G. Marconi, 13 - 10125 Torino
Tel: +39 011 6690143 - Fax: + 39 011 6693104
MILANO Via Carducci, 26 - 20123 Milano
Tel: +39 02 5814021 - Fax: +39 02 58140250

Join us on LinkedIn