

We trust in...

L'**ispirazione** è quella cosa che ci accompagna e come si dice non dà preavviso.

Spesso si pensa che un creativo possa dare degli spunti o delle idee a gettone come fosse in effetti un jukebox. In realtà sappiamo tutti che non è proprio così, le idee devono venire alla luce - come nella maieutica di Socrate per la Verità - in un processo paragonato ad un parto...



Per attivare lo stato emotivo interiore che porta al prodotto "creativo" è necessario in primis essere predisposti ad avere/ricevere diversi stimoli e possedere un background basato anche su alcuni "dati": studi di mercato, panorama dei competitor, benchmark di settore, azioni marketing di riferimento e individuazione di un'audience sensibile e altre cose noiose... Da tutto questo mix, che permette di condividere questa intuizione, questo "sentire" con gli altri, nasce l'idea su cui credere per fondare il nostro progetto. Ma soprattutto per la creatività nel comparto pubblicitario, il compito non finisce qui.

L'ispirazione, l'idea deve fare i conti con la sua realizzazione. E questa è tutta un'altra storia.

Ma come può venire alla luce ciò che è davanti ai nostri occhi ma che non vediamo? Dove traiamo la nostra "ispirazione" che ci porta a rivelare ciò che esiste ma è

nascosto? Da dove nasce l'ispirazione, per un creativo di oggi?

Mai come ora dobbiamo credere nella **consapevolezza** delle proprie competenze, dei propri limiti e anche della globalizzazione. Perché in questo momento dobbiamo essere sicuri di come ci poniamo di fronte al palco della vita. Il nostro interagire con il mondo attraverso i nuovi canali social e non, deve partire proprio da quello che è già insito in noi, dalla coscienza, dalla nostra consapevolezza. E questo è ancora più importante per chi per mestiere deve comunicare e deve fare i conti con la frammentazione dei media e dei target. La consapevolezza diventa condizione imprescindibile per riconoscere le nostre risorse, i punti di forza su cui fare leva per proporre qualcosa che abbia davvero i numeri per avere successo... **Come riconoscere la consapevolezza delle proprie competenze nell'ambito lavorativo? Come misurarsi con questo aspetto nello svolgimento dell'attività professionale?**

in
c<>de
we
trust



Alleanza o team working? Sembra di non poter più fare a meno di queste modalità con collaboratori, competitor, clienti per raggiungere un risultato più efficace. Nel nostro mondo condiviso non ci si può più permettere di agire da soli. I battitori liberi sono battuti dai risultati delle attività svolte in team. In questo c'è già un principio di alleanza. Come L'Arca dell'Alleanza che conteneva le leggi per conquistare la Terra promessa, oggi dobbiamo osservare le leggi delle alleanze per conquistare il successo. **Con chi costruire alleanze per avere successo e rispondere alle esigenze del mercato di oggi?**