



INNOVATIVE DECISION MAKING

?

COS'È?

Il processo decisionale è uno dei compiti più richiesti ai manager di ogni livello e settore all'interno di un'azienda. Ci vuole di solito una piccola frazione di secondo, ma ogni singola decisione presa può avere un impatto significativo su un'intera organizzazione, sulle prestazioni e sui risultati. *Innovative Decision Making* è una metodologia di autovalutazione e un workshop intensivo creato per rispondere al bisogno universale di chi si occupa di business: prendere sempre le migliori decisioni. La metodologia IDM offre una panoramica e valutazione circa loro personali stili decisionali e fornisce un pratico set di strumenti per migliorare la creatività globale nel loro processo decisionale. L'obiettivo finale di IDM è quello di responsabilizzare ogni partecipante all'avere una maggiore capacità creativa da impiegare efficacemente durante il problem solving.

●

OBIETTIVI

Il Workshop *Innovative Decision Making* permette di:

- utilizzare gli strumenti appresi durante il workshop per migliorare proprie competenze legate all'innovazione: *Apertura alle innovazioni, Strategie di coping per gestire l'incertezza, Accettazione del Rischio, e Cervello Olistico.*
- differenziare la capacità mentale di "pensare con l'emisfero sinistro" (che per convenzione veniva un tempo reputata influenzante il pensiero logico-deduttivo) e con quello "destro" (che in passato veniva ritenuto correlato in modo esclusivo al pensiero astratto e creativo) per migliorare ogni parte del loro processo decisionale rivelato attraverso il loro alla survey feedback IDM. (N.B.: *Recenti studi che fanno capo alle Neuroscienze hanno in realtà recentemente dimostrato che aree dei*

due emisferi cerebrali si attivano invece contemporaneamente, sia nella produzione del pensiero logico che durante l'elaborazione ideativa e creativa. Non esiste quindi una così netta separazione "Emisfero sinistro Vs Emisfero destro" nel funzionamento cerebrale. Questa visione olistica del cervello, è a oggi ritenuta quella scientificamente più attendibile)

- organizzare e portare a compimento le decisioni usando il modello a quattro fasi: *identificazione, ricerca, valutare e selezionare.*
- creare un piano di sviluppo operativo, stilare una precisa lista di cose da fare e come farle, sulla base dei dati emersi dalla survey e ciò che è stato appreso durante il workshop.

☰

METODOLOGIA

Innovative Decision Making è stato progettato per essere utilizzato sia come strumento di formazione per ottimizzare il processo decisionale, sia come strumento di consulenza e supervisione per supportare le aziende e gli individui che debbono migliorare le loro abilità nel rispondere con prontezza di fronte alle situazioni decisionali. Le aziende utilizzano spesso IDM quando debbono avviare innovazione nel proprio business, come ad esempio l'attuazione e lo sviluppo di campagne pubblicitarie. Le aziende possono scegliere di portare casi reali durante il workshop, per ricevere dal trainer supervisione e consulenza in aula su casi specifici.



VANTAGGI

- Strumenti e tecniche apprese possono essere applicate subito.
- Ogni partecipante è misurato in quattro capacità creative diverse.
- Fornisce intuizioni e spunti creativi utili all'approccio problem solving.
- Le aziende possono utilizzare le nuove competenze e le nuove metodologie fin da subito nella vita reale e nel proprio business, per essere efficaci nei processi decisionali.
- Valorizza tutti i partecipanti a seconda dei loro specifici punti di forza creativi, e li consiglia su come migliorare le aree meno strutturate e sviluppate finora, che attivate faranno la differenza nella loro prestazione professionale.



INFORMAZIONI UTILI SUGLI AUTORI

Jon Gornstein,
Founder and President of Persona GLOBAL

Jon Gornstein da 30 anni supporta le più importanti organizzazioni multinazionali nel mettere in atto un cambiamento reale a livello di leadership e cultura organizzativa, migliorare l'allineamento organizzativo, aumentare le performance e rafforzare la comunicazione. Ha svolto un ruolo di consulenza in più di 48 paesi per organizzazioni quali Abbott Labs, Disney, IBM, Glaxo SmithKline, Cathay Pacific Airways, Goldstar e Hilton Hotels.

Dr. Donald Shepherd, già Education Director di Persona GLOBAL®, sviluppatore della survey Innovative Decision Making questionnaire e dei correlati strumenti di misura.

BIBLIOGRAFIA

- Alexander, Tom. "The New Technology of the Mind." *Fortune*, January 24, 1983, PP. 82-89
- Alexis, Marcus, and Wilson, Charles Z. *Organizational Decision Making*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, 1967.
- Argyris, Chris. "Interpersonal Barriers to Decision Making." *Harvard Business Review*, (March - April 1966), pp. 84-97
- Argyris, Chris. "Some Limits of Rational Man Organizational Theory." *Public Administration Review*. (May-June '73), pp. 253-267.
- Badr, H, Gray E. R. , Kedia, B. L. "Personal Values and Managerial Decision Making: Evidence From Two Cultures." *Management International Review* (issue & date unknown).
- Begley, Sharon, et al. "How the Brain Works." *Newsweek* Feb. 7, 1983, Pp. 40-47.
- Bernthal, Wilmar. "Value Perspectives in Management Decisions." *Academy of Management Journal* (12/ 1962), pp. 190-1 96
- Blakeslee, Thomas. *The Right Brain*. New York, Anchor Press, 1980.
- Borsting, Jack R. "Decision Making at the Top." *Management Science* v. 28, no. 4, April 1982.
- Brown, Barbara. *Supermind*. New York, Harper and Row, 1980.
- Cassel, Russell N. *The Psychology of Decision Making*. North Quincy, Massachusetts: the Christopher Publishing House, 1973.
- Clark, Charles. *Brainstorming*. New York: Doubleday and Co., 1958.
- Corrigan, Dorothy D. *The Brain Game*. New York: Beaufort Books, 1981.
- Diamond, John. *Your Body Doesn't Lie*. New York: Warner Books, 1979.
- Eccies, A. J., Wood, D. "How Do Managers Decide?" *Journal of Management Studies*, 9 (10 / '72), pp. 291-302.
- Einhorn, H., Hogarth, R. "Confidence in Judgment: Persistence of the Illusion of Validity." *Psychological Review* 85, 1978, pp. 395-416.
- Ferber, Robert C. "The Dark Side of Decision Making." *Management Review* (March, 1971), pp. 4-13.
- Friedman, Yoram, Segev, Eli. "The Decision to Decide." *Journal of Management Studies*, 14 (5/ 1977), pp. 159-168.
- Guth, William D., Tagiuri, Renato. "Personal Values and Corporate Strategy." *Harvard Business Review* (Sept/Oct 1965), pp. 123-1 32.
- Hammond, K, Aldeman, L. "Science, Values, and Human Judgement." *Science*, 194, 1976, pp. 296-389.
- Harrison, Frank E. *Decision Making in Conditions of Extreme Uncertainty.* *Journal of Management Studies*. 14 (5/ 1977), pp. 169-1 78.
- Lee, Wayne. *Decision Theory and Human Behavior*. New York: Wiley, '71.
- McMurry, R. "Conflict in Human Values." *Harvard Business Review*. May-June, 1963, pp. 130-1 45.
- Maier, Norman, R.F. *Problem Solving and Creativity in Individuals and Groups*. Belmont, California: Brooks/Cole, 1970.
- Miller, David R., Starr, Martin K. *The Structure of Human Decisions*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, 1967.
- Restak, Richard. *The Brain, the Last Frontier*. New York: Doubleday and Co., 1979.
- Simon, Herbert A. "Organizational Man: Rational or Self-Actualizing?" *Public Administration Review*, (July/ 1973), pp. 346-353.
- Springer, Sally, Deutsch, Georg. *Left brain/Right Brain*. New York: Freeman Publishers, 1981.
- VanGundy, Arthur B. *Techniques of Structured Problem Solving*. Van Nostrand, California: Reinhold, 1981.
- VanGundy, Arthur B. *Training Your Creative Mind*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, 1982.

COS'È Persona GLOBAL®

Persona GLOBAL® è un fornitore a livello mondiale di strumenti di valutazione e metodologie per le aziende, specializzata nella leadership rivolta al cambiamento, la comunicazione, l'allineamento organizzativo, vendita, servizio clienti e gestione. Le survey e le metodologie di Persona GLOBAL® sono attualmente disponibili in oltre 70 paesi; i suoi programmi sono stati tradotti in 38 lingue. Più di 1.350 professionisti certificati Persona GLOBAL® in tutto il mondo supportano i loro clienti in qualità partner strategici nel mondo del business.

La lista di aziende che hanno beneficiato dei corsi Persona GLOBAL® include:

- | | | |
|--------------|-------------------|--------------------|
| ▪ BMW | ▪ Materials | ▪ Japan Airlines |
| ▪ Mitsubishi | ▪ Dell Computer | ▪ Credit Suisse |
| ▪ Disney | ▪ IBM | ▪ American Express |
| ▪ Coca-Cola | ▪ Alcatel | ▪ SONY Music |
| ▪ Hitachi | ▪ Motorola | ▪ Entertainment |
| ▪ Applied | ▪ British Airways | |

© 2005 Persona GLOBAL® is a trademark of Persona GLOBAL®, Inc. in the United States and other countries. All other products mentioned are trademark or registered of their respective owners.