

Presentazione del volume

Edoardo Lombardi

History e Case Histories. Lezioni dalla Storia per manager e imprenditori

Franco Angeli, Milano 2012 (pag.268)

Presentazione del volume tratta da <http://www.francoangeli.it/>

Ernest Dimnet, il pensatore francese scomparso nel 1954, aveva detto: "La storia del passato ci interessa soltanto nella misura in cui illumina la storia del presente".

History e Case Histories si propone proprio di illuminare il presente, nel caso specifico il presente del mondo degli affari, partendo dalla storia militare e politica del passato. Questo perché gli uomini migliori di un tempo si impegnavano nel mestiere delle armi, così come gli uomini migliori di oggi si dedicano al business. E, come ha detto Kenneth Clark, "nonostante i recenti trionfi della scienza, gli uomini non sono cambiati molto negli ultimi 2000 anni.

Le vicende storiche vanno dalla propaganda di Hitler, alla battaglia di Verdun, a quella di Trafalgar e a molte altre che hanno lasciato una traccia indelebile nella storia dell'umanità. Esse sono associate con storie del business, relativamente recenti, come la fine ingloriosa delle grandi acciaierie americane, l'insuccesso del Palo Alto Research Center, la gestione della crisi del Tylenol e tante altre. La lettura è arricchita da un gioco di citazioni e rimandi, che consentirà al lettore di godere di micro-approfondimenti e spunti di ulteriore ricerca o riflessione.

Edoardo Lombardi, nella sua pluriennale carriera di manager, ha coperto ruoli diversi in settori diversi (largo consumo, finanza, assicurazioni), raggiungendo importanti posizioni di vertice. Assieme ad Arnoldo Mosca Mondadori è stato il curatore della serie televisiva "Navigatori del tempo", apparsa su Sky, dedicata alla ricerca dei punti di contatto tra storia e management. Oggi è presidente di Banca Esperia e vicepresidente di Banca Mediolanum. Appassionato di storia, guarda all'attività manageriale ispirandosi a quanto nel passato i condottieri ci hanno insegnato, mentre si applicavano al "mestiere delle armi". Ha pubblicato con Mursia *Il Disastro di Adua*.

INDICE

Edoardo Lombardi, Prefazione

Parte I. Lezioni di Strategia del marketing

Le regole della pubblicità - Hitler e la propaganda

La guerra dei prezzi - La battaglia di Verdun

Ascoltare il cliente - L'invasione britannica dell'Afganistan (1839-1841)

Guerrilla Marketing - La battaglia di Dien Bien Phu

Strangolati dalle proprie regole - La battaglia di Leuttra

Elogio del pensiero non convenzionale - L'assedio di Vicksburg (1863)

Parte II. Lezioni di Strategia del business

Opportunità a qualunque costo? - La campagna di Grecia

Quando l'arroganza segue il successo - La battaglia di Agincourt

Dal trionfo al declino: il paradosso di Icaro - L'ultimo Napoleone

La gestione delle crisi - Dopo Canne

E se i valori vengono meno? - Il disastro di Caporetto

La cultura dell'innovazione - Le armi segrete di Hitler
"Competitive Intelligence": una necessità - Lo sbarco in Normandia

Parte III. Lezioni di Strategia delle risorse

L'importanza della pianificazione finanziaria - La Spagna di Filippo II
Le persone, chiave del successo - La battaglia di Salamina
Rispetta chi è in prima linea - La battaglia di Trafalgar
Pianifica con flessibilità - La battaglia di Marengo
Tagliare o costruire? - Le Purghe dell'Armata Rossa
Contare sui talenti o lavorare sulla cultura - La Marcia dei Diecimila
Professione: risanatore di aziende – Aureliano

Bibliografia.