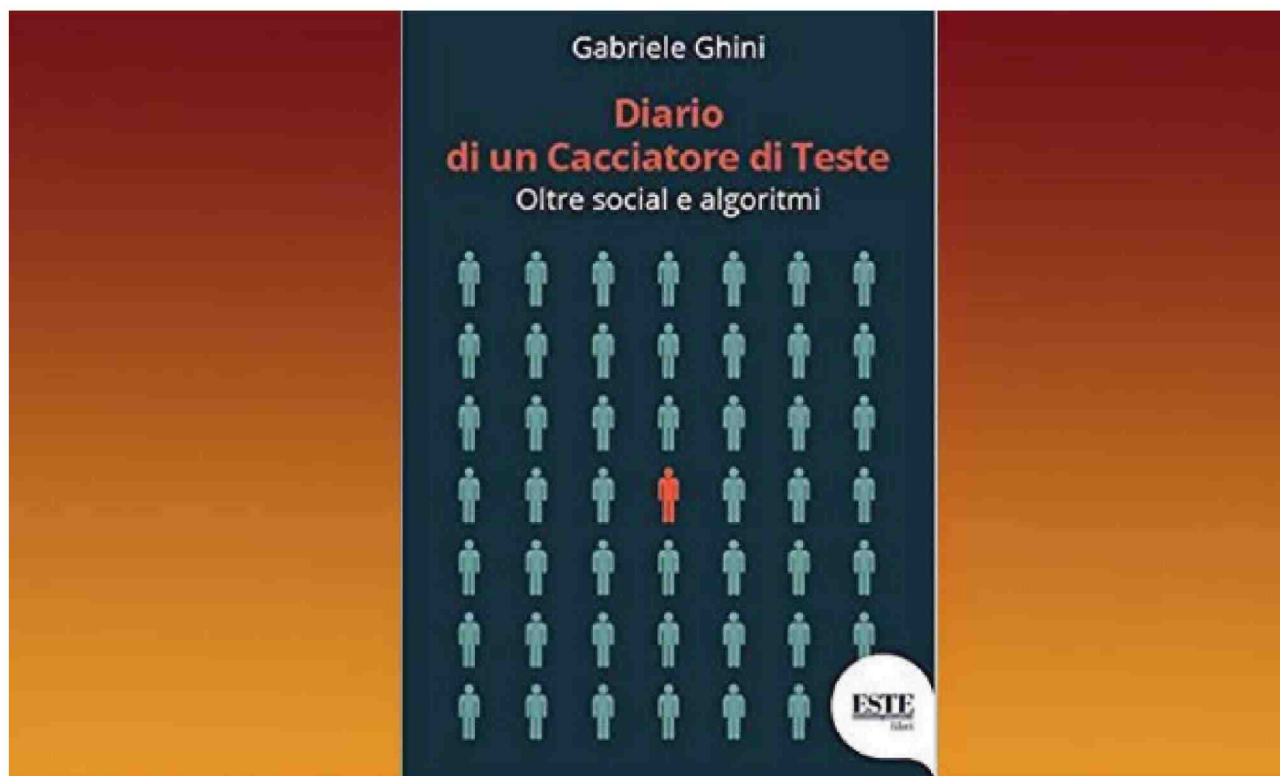


Il cardinale nel CdA



Un agile testo di ricette e consigli per un uso responsabile ed efficace di un cacciatore di teste

Conosco da alcuni anni **Gabriele Ghini**, professionista che stimo, motivo per il quale sono in imbarazzo a parlar bene di un suo scritto. Ma credo che quando si compie un piccolo capolavoro è giusto che se ne dia il giusto merito all'autore.

Mi riferisco al suo scritto "**Diario di un cacciatore di teste. Oltre social e algoritmi**", appena pubblicato da **Este Libri**.

Il testo offre un prezioso contributo su quale sia oggi il ruolo dell'**executive hunter** in un **sistema economico in cui la frenesia del rincorrere a tutti costi il mantra dei social spinge spesso le**

imprese e gli imprenditori a perdere di vista il focus del loro business. Con implicazioni anche nella scelta dei manager da introdurre nella struttura.

Nel libro, Ghini - **Managing Director di Transearch** - offre ricette e consigli per **un uso responsabile ed efficace di un cacciatore di teste, al contempo dettando una linea che i colleghi, ed aspiranti tali, sarebbe meglio seguirlo**. L'identificazione, la selezione e l'inserimento di un manager all'interno di una organizzazione è operazione ben più complessa di quanto si creda. Se è concesso un paragone azzardato, quasi come un trapianto di un organo vitale.

Procedura che Ghini conosce avendo vissuto e compreso le dinamiche aziendali.

Oltre che attuale e **ricco di spunti**, diciamo che il testo è essenziale, capitoletti agili, che si possono

gustare comodamente seduti in Business class di un **Frecciarossa 1000** sulla tratta Milano Centrale - Roma Termini (tratta che Ghini ben conosce e che forse è stata foriera di illuminanti intuizioni?). Ebbene, mi sia consentito citare un capitolo, l'ottavo, dal titolo **l'Executive Reputation**. Un punto centrale nel mondo di oggi, dove oltre alle competenze che si ritiene un manager possedga), si compra anche un **universo valoriale** che questi si porta in dote e, soprattutto, che deve saper adattare all'esigenza dell'impresa in cui entra.

Analizzare e capire questo patrimonio intangibile rende ancora più strategico il ruolo che da anni ricopre Ghini e che si vuole mantenere come una funzione necessaria per il successo e la crescita di un'azienda.

Mi sia concessa una battuta finale: il cacciatore di teste, oggi come 4 secoli fa, è un cardinale che frequenta e sposta le pedine giuste nello scacchiere dell'impresa. Proprio come ben seppero fare Richelieu e Mazzarino!

Titolo: *Diario di un cacciatore di teste. Oltre social e algoritmi*

Autore: Gabriele Ghini

Editore: ESTE

Pagine: 144

@federicounnia - Consulente in comunicazione

@Aures Strategie e politiche di comunicazione

@Aures Facebook