NARRATIVE

Ferdinando Frega – Nando the Scribe



Gillettenarrative.com

GILLETTE: NARRACJA

GILLETTE TRAILER 25 — NANDO THE SCRIBE

Kierownictwo międzynarodowej korporacji ma zdolność i świadomość, by określić wartość produktu, jego znaczenie w biznesie, siłę marki i to, dokąd powinny trafić inwestycje.

Ich podstawowe terytorium pozostaje to samo: planowanie, programowanie, procedura – wszystko inne żyje w tych ramach.

To jest ich praca i płaci się im za nią. Dalej przychodzą awanse, które się z nią wiążą, optymalizacja wynagrodzeń, świadczeń, planów akcji – ale nigdy nie jest pewne, że wszystko to wydarzy się w tej samej firmie.

Ktoś, kto nigdy nie pracował od środka, może się zastanawiać, dlaczego menedżer miałby odejść z firmy, skoro dobrze mu się wiedzie w tej, która go stworzyła.

Pierwszą rzeczą, o której myśli, nigdy nie są pieniądze. Jest nią kariera – wspinaczka na szczyt.

Ludzie zwykle upadają właśnie wtedy, gdy myślą, że już dotarli, bo pieniądze nie mogą wiecznie pokrywać każdego błędu, a liczby też nie mogą wiecznie pozostać ukryte. Wtedy spada menedżerska gilotyna – nieunikniona.

Ale jak to wszystko ma się do narracji korporacyjnej?

Ci, którzy kierują instytucjami takimi jak KOŚCIÓŁ KATOLICKI, APPLE, L'ORÉAL, NIKE, MERCEDES – i inne – dobrze to rozumieją: produkt potrzebuje konsumentów, musi generować zysk i ma ograniczony termin przydatności. Narracja natomiast jest historią, która nie potrzebuje czytelników, bo każdy utożsamia się z nią sam – i właśnie to czyni ją wieczną.

Przykłady nie są potrzebne – są zbyt oczywiste. Liczby też nie, bo tego nie da się zmierzyć. Skutki są poznawcze i to czyni ją wyjątkową.

Firmy płacą, by zajmować miejsce w wynikach wyszukiwania w sieci i sprzedawać swoje produkty. Narracja zajmuje w sieci lepsze miejsca – za darmo. Przynajmniej taka narracja, której przyznaje się prawdziwą wartość.

A oto część, która uderza najmocniej: wyobraź sobie, że gdzieś wewnątrz własnej narracji Apple ktoś postanowił zacząć promować telefony Nokia. Jak myślisz, co by się stało?

To jest dokładnie chwila, w której spada gilotyna akcjonariuszy – w mniej niż dziesięć sekund – i zaczyna ciąć czyściej niż kosiarka. Bo nie ma granicy oddzielającej aroganckich od głupich: jedni i drudzy myślą, że wygrywają, jedni i drudzy myślą, że grają na szanse, na wyczucie czasu – w bitwie, w której walczą zupełnie sami, a nikt nie zadał sobie trudu, żeby im o tym powiedzieć.

To jest narracja: historia kogoś, kogo istnienia nigdy się nie spodziewałeś – ale kto jest prawdziwy.

Ferdinando