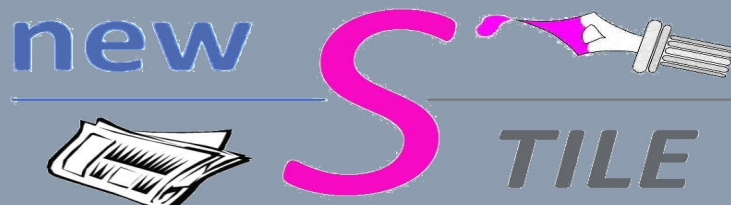


Impresa  
compresa ...... lavoro  
sereno

La rivista digitale – professionale  
© Stile Consulting

A cura di Stile Consulting Srl

## DALLA CASUALITÀ ALLA PUBBLICITÀ

### Storia di un marchio di successo: Coca-Cola

**newSTILE**

Notizie e Novità  
ogni mese

NewSTILE è la rivista digitale creata dai Professionisti di Stile Consulting per i lavoratori e le Imprese all'avanguardia.

Articoli, aggiornamenti, scadenze e tutto ciò che occorre sapere, al lavoratore e alla propria Azienda, per essere sempre informati sulle ultime novità del mondo del lavoro. Ogni primo venerdì del mese, sul suo pc, una rivista ricca di professionalità e competenza, pratica, utile e di semplice lettura. La copia si può stampare e conservare su un unico foglio, fronte e retro. Una persona che investe in conoscenza, crede in un futuro migliore.

di Giacomo Prati

L'8 maggio del 1886 John Stith Pemberton, farmacista statunitense, inventò una medicina contro il mal di testa, mescolando accidentalmente uno sciroppo con dell'acqua carbonata: nacque così la Coca-Cola.

Inizialmente, però, quello non fu il suo nome, bensì "Pemberton's French Wine Coca", ovvero una variazione del "vino di coca", una miscela di vino e foglie di coca che già era conosciuta in Europa. All'alcol di quella bevanda venne sostituito un estratto di noci di cola. L'abbinamento tra coca e cola diede così il nome definitivo alla bibita.

All'inizio, per le sue caratteristiche venne venduta nelle farmacie. Il prodotto era descritto come una bibita e come un trattamento per curare la tisi.

Nonostante la scoperta, Pemberton accumulò forti debiti perché la bibita non ebbe subito il successo sperato. Vendette così, per appena 550 dollari, la ricetta e i diritti della Coca-Cola ad Asa Candler, un uomo d'affari che

aveva intuito il potenziale della bevanda, ma soprattutto l'importanza della pubblicità per diffondere un prodotto.

Nel 1894 Caleb Bradham, invece, inventò la Pepsi, un tonico prodotto con pepsina, un enzima che aiutava la digestione delle proteine. Anche a lui gli affari non andarono benissimo e nel 1922 cercò di vendere l'impresa alla Coca-Cola che rifiutò l'offerta. Fu un grosso errore: oggi la Pepsi è il suo più forte concorrente.

Nonostante ciò, dopo più di un secolo, la Coca-Cola è ancora uno dei prodotti più venduti al mondo.

*"La sorte produce spesso mediocrità destinate alla massa, ma alle cose straordinarie dà pregio il fatto stesso di essere rare".*

(Seneca)



cocacola.jpg  
Marchio Coca-Cola

#### SOMMARIO

DALLA CASUALITÀ ALLA PUBBLICITÀ Pag. 1

TEMPO: ISTRUZIONI PER L'USO Pag. 2

MANAGEMENT? Pag. 2



Piramide\_Maslow.png

Orologio: amico e nemico

*“La gestione del tempo è la capacità di collocare efficacemente le azioni nello spazio temporale.”*



Management\_ita\_xxl.gif

Manager

FONTI  
utilizzate in questo numero

<http://it.wikipedia.org>  
<http://images.google.com>

*Ai sensi della Legge 7 marzo 2001, n.62 “newSTILE” non rappresenta una testata giornalistica. Non può pertanto considerarsi un prodotto editoriale. Le immagini qui inserite sono tratte in massima parte da Internet e pertanto, quando specificato, saranno soggette alle leggi internazionali di copyright; qualora la loro pubblicazione violasse eventuali diritti d'autore, vogliate comunicarlo e saranno subito rimosse.*

## TEMPO: ISTRUZIONI PER L'USO

di Matteo Zocca

La gestione del tempo, o time management, è l'insieme dei metodi e delle tecniche che permettono un'organizzazione del tempo congruente con l'attività professionale.

Detto in altro modo, è la capacità di collocare efficacemente le azioni nello spazio temporale.

L'obiettivo è quello di superare gli ostacoli che sovente si presentano nella quotidianità, attraverso una corretta definizione delle priorità e l'elaborazione di un piano d'azione efficace.

E' necessario pertanto non farsi trascinare dagli eventi, bensì ge-

stirli all'interno di una pianificazione temporale.

Un primo accorgimento per ottenere questo è impegnarsi nel fare bene ciò che si fa: ovvero tendere all'efficacia e all'efficienza, in modo da non dover tornare sui compiti già svolti.

Altro accorgimento riguarda invece la corretta gestione delle informazioni. Oggi, infatti, sono estremamente numerose e non sempre è facile ordinarle e darle un ordine d'importanza.

Queste e altre piccole accortezze possono far guadagnare tempo e tranquillità, diminuendo il livello di stress nelle persone.

## MANAGEMENT?

di Giovanni Prati

*“Management significa incoraggiare e far avanzare gli uomini, e non imporsi.”*

*(Laurence A.Appley  
Presidente dell'AMA).*

“Incoraggiare e far avanzare gli uomini”, ovvero aiutare i collaboratori a porsi degli obiettivi concreti, è lo scopo principale che ogni manager dovrebbe perseguire.

Come farlo? Questo sembra essere il vero problema.

Il manager vive per il cambiamento e gli obiettivi che ognuno si pone sono portati quasi sempre a questo fine. Ogni scopo, per quanto stimolante, produce

un cambiamento ed il conseguente sorgere della paura di questo. Il timore cioè di essere esclusi: dal mercato, dalle relazioni, dalle opportunità...

Domani sarò ancora della partita? Come rimanere al passo coi tempi?

La risposta a queste domande è spesso l'immobilismo: il rinunciare a cambiare. Porsi degli obiettivi innovativi e concreti viene sempre rimandato al dopo.

Così il manager vede tramontare nuove possibilità di crescita per sé e per i propri collaboratori.