

**L'IDEA VALE!
LE 13 CARATTERISTICHE DI
UN'IDEA DI SUCCESSO
RACCHIUSE NELL'ACRONIMO
B.E.S.T.O.F.A.L.L.T.I.M.E.**

un libro di Jacopo Perfetti

**BEST
OF ALL
TIME**

IL LIBRO

*L'idea Vale!, Jacopo Perfetti,
Sperling&Kupfer, 2015, e-book.*

L'IDEA VALE!

Un e-book sul valore dell'idea e della creatività che raccoglie le tredici caratteristiche essenziali di un'idea di successo all'interno dell'acronimo B.E.S.T.O.F.A.L.L.T.I.M.E. e racconta storie e casi di imprenditori, artisti e campagne marketing con queste caratteristiche.

L'imprenditore americano Thomas Edison era solito ricordare a tutti che il genio è per l'1% ideazione e per il 99% esecuzione. Vero, tuttavia quel che manca all'interno di questo celebre aforisma è che, senza quell'1% di ideazione, non ci sarebbe il restante 99% di esecuzione. E quindi, senza l'idea, non ci sarebbe tutto quel che ne deriva, inclusi il valore economico e il profitto. In altre parole: L'idea vale!

Ma come avere l'idea giusta? All'interno di questo e-book, riassumo all'interno dell'acronimo B.E.S.T.O.F.A.L.L.T.I.M.E. le 13 caratteristiche essenziali di un'idea di successo e racconto molte storie e casi esemplari in una panoramica che spazia dall'arte al marketing, dalla musica all'imprenditoria, dal cinema alla storia.

Partendo dalla campagna marketing «A Dramatic Surprise on a Quiet Square», prodotta dall'agenzia Duval Guillaume Modem per lanciare il canale televisivo TNT in Belgio, riporto molte idee di successo prese da diversi contesti.

Dall'artista britannico Banksy al discorso di Abramo Lincoln a Gettysburg. Dal "Wow" di Dove a quello di Microsoft. Da Jeff Koons a Damien Hirst. Da Barbie a Kodak. Da Charles Saatchi agli 80.000 artisti residenti tra Londra e New York. Dagli AC/DC a Marina Abramovic.

01. Le 13 caratteristiche

Di seguito una sintesi delle tredici caratteristiche di un'idea di successo, sia essa un'ide imprenditoriale, artistica o di marketing.

Beyond the medium (Oltre il mezzo)

B

Un'idea di successo va oltre il mezzo utilizzato per esprimerla, la sua forza sta proprio nella possibilità di declinarla attraverso qualsiasi mezzo o contesto senza che perda il suo valore.

Engaging (Coinvolgente)

E

Raccontare un'idea, seppur vera e potenzialmente di successo, non basta. Bisogna farla e, soprattutto, farla vivere. Qualsiasi proposizione passa attraverso il coinvolgimento, attivo o passivo, del proprio interlocutore.

Simple (Semplice)

S

Se un'idea funziona non c'è bisogno di molto per renderla di successo. Un'idea che vale ha successo anche se è disegnata a mano su un foglio bianco da una persona che non sa disegnare.

Tell (Raccontabile)



Le grandi storie accadono a chi le sa raccontare e non tutte le storie sono raccontabili. La viralità di un'idea dipende soprattutto dal suo potenziale di trasformarsi da storia vera a basata su una storia vera.

Adaptive (Adattivo)



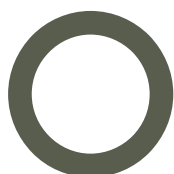
Una storia vera è per sempre. Ma la sua proposizione no. È necessario sapersi adattare ai tempi, alle tendenze e ai consumatori che cambiano e si evolvono.

True (Vera)



Una delle caratteristiche essenziali di un'idea di successo è quella di essere reale, vera. O meglio, essere basata su una storia vera. Questo dà all'oggetto credibilità e giustifica il suo posizionamento.

Oh My God (Oh mio Dio)



Esistono tre tipologie d'idee: 1) quelle che fanno dire Oh; 2) quelle che fanno dire Oh Dio e 3) quelle che fanno dire Oh mio Dio. Solo le ultime saranno idee di successo.

Lead (Eccelle)



Una delle caratteristiche chiave di una storia di successo è quella di sapersi distinguere ed emergere all'interno del proprio settore.

Innovative (Innovativa)



Un'idea di successo cambia le regole del proprio settore creando nuovi paradigmi, nuovi mercati e nuovi punti di riferimento.

Feasible (Fattibile)



Un'idea non può rimanere un'idea in sé, così come non può esserci esecuzione senza ideazione, non può esserci ideazione senza esecuzione. La fattibilità di un'idea è dunque una caratteristica essenziale del suo successo.

Long-Lasting (Duratura)



Se si ha una storia vera credibile e inconfondibile, la sua proposizione può durare negli anni senza perdere di efficacia.

Memorable (Facile da tenere a mente)



Una grande idea è immediatamente riconoscibile e rimane impressa nella mente dei suoi interlocutori.

L'idea in breve

L'IDEA

Thomas Edison era solito ricordare a tutti che il genio è per l'1% ideazione e per il 99% esecuzione. Vero, tuttavia senza quell'1% di ideazione, non ci sarebbe il restante 99% di esecuzione. E quindi: L'idea vale!

LE 13 CARATTERISTICHE

«B» sta per Beyond The Medium, oltre il mezzo. «E» sta per Engaging, coinvolgente. «S» sta per Simple, semplice. «T» sta per Tell, raccontabile. «O» sta per Oh My God, Oh mio Dio. «F» sta per Feasible, fattibile.

«A» sta per Adaptive, adattivo. «L» sta per Lead, eccellere. «L» sta per Long Lasting, duraturo. «T» sta per True, vero. «I» sta per Innovative, originale. «M» sta per Memorable, facile da tenere a mente. «E» sta per Emotional, emozionante.

Emotional (Emozionante)

E

Nello sviluppo di un'idea, le emozioni sono una leva essenziale per la proposizione del valore e il coinvolgimento delle persone. E l'arte è uno strumento essenziale per emozionare.

