

Il punto sulla professione alla settima conferenza Icf

Leader più efficienti Un coach per motivare il personale

DI SIMONA D'ALESSIO

Gli insegnanti dei buoni maestri ci accompagnano fin dall'infanzia, pilastri del bagaglio morale e culturale che custodiamo in noi. Ma, poiché non si smette mai d'imparare, si fanno strada anche in Italia i professionisti della valorizzazione professionale e personale in età adulta: i coach. Queste figure in grado di scovare, o far prosperare, i talenti inespressi nei luoghi di lavoro, sono state protagoniste la scorsa settimana a Roma della VII conferenza dell'Icf (International coach federation, www.icf-italia.org), associazione di riferimento per gli oltre mille «motivatori» operanti sul territorio nazionale, mentre a livello globale se ne contano circa 30 mila, residenti soprattutto nei paesi anglosassoni, e in prevalenza negli Usa. A bussare alla porta di coloro che, con tanto di certificazione, agiscono per sviluppare il potenziale delle risorse umane, sono tanto i vertici delle

grandi aziende, quanto gli imprenditori, i manager e i liberi professionisti; la maggior parte degli speciali tutor ha un'età compresa fra i 46 e i 55 anni, è per due terzi di sesso femminile, e può vantare un alto livello di istruzione (master e dottorati post-lauream). Stime recenti indicano che il coaching è un business fiorente: gli introiti mondiali si aggirano, infatti, su 1,5 miliardi di dollari, nella penisola il giro d'affari oscilla fra i 10 e i 15 milioni di euro. Gli esperti più richiesti sono chiamati a incidere sul miglioramento delle dinamiche aziendali, dapprima osservando i comportamenti dei lavoratori e, in un secondo momento, studiando e attuando un piano d'azione per raggiungere gli obiettivi ambiti dal cliente che li ha ingaggiati; altre forme di prestazione riguardano la felice evoluzione della leadership e della progressione di carriera, ma sono contemplati anche interventi mirati sui comportamenti umani per rimuovere degli ostacoli, sorti spesso per questioni caratteriali (a servirsene sono da tempo numerosi

atleti in prossimità di gare importanti, o gli studenti attesi da prove impegnative). Da un'indagine svolta su quasi 2.200 clienti in 64 nazioni, è emerso come siano più le donne (58,2%) a essersi poste il problema di ricorrere a un aiuto per risolvere le situazioni sfavorevoli in cui sono incappate, che il periodo di assistenza da parte del coach dura in prevalenza dai sei ai nove mesi, e che la quasi totalità degli interpellati (93,5%) non esiterebbe a ripetere l'esperienza, avendone tratto dei benefici. Nella gran parte dei casi (83,5%) i «precettori dell'autostima» operano all'esterno delle imprese, però nel nostro paese comincia a estendersi la tendenza a includere queste figure nel perimetro aziendale. È possibile dedurre, a tal proposito, che l'ampliamento del fenomeno sia strettamente correlato con la necessità, imposta dalla crisi economica, di disporre di personale competitivo ed energico che fornisca prestazioni professionali sempre più elevate. E sappia coltivare, perfino nelle avversità, il pensiero positivo.

Da Manpower team di recruiting Nuove opportunità per il management

Nuove opportunità per aziende e professionisti d'Italia. Manpower Professional, la divisione di Manpower specializzata nella ricerca e selezione di profili manageriali, si arricchisce di un team dedicato al recruiting nel segmento executive. I consulenti della società affiancheranno le aziende nella gestione della propria people strategy e i professionisti nel proprio percorso di carriera. La divisione si occuperà infatti di individuare, valutare e selezionare i migliori leader (amministratori delegati, Ceo, dirigenti, Cfo, direttori finanziari, direttori commerciali, direttori marketing, direttori HR) da inserire nel top management e nel board delle aziende. «La divisione Executive, che arricchisce e completa l'offerta di Manpower Professional», spiega Stefano Scabbio, presidente e amministratore delegato di Manpower Italia, «nasce sulla spinta delle nuove

sfide che le aziende si trovano ad affrontare, generate da un mercato profondamente mutato che ha ridefinito i modelli di business e le proposte di valore. La sapiente gestione del cambiamento diventa ora strategica per agganciare prontamente la fase di ripresa e tornare a crescere.



Proprio in questa fase, disporre dei leader e dei talenti capaci di guidare le organizzazioni in maniera pragmatica ma anche lungimirante diventa il vero elemento capace di fare la differenza», continua Scabbio. «Attenzione alle persone e ai bisogni

del mercato, expertise, innovazione: sono questi gli aspetti che distinguono il modus operandi del servizio Executive di Manpower Professional». La divisione Executive di Manpower Professional opera attraverso un network nazionale di Consultant presenti nella sede centrale di Milano e nelle sedi di Roma, Torino, Padova e Bologna.

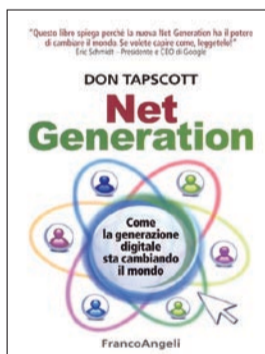
Strumenti di lavoro



Autore - Luigi Proserpio
Titolo - *Comportamenti digitali - Essere giovani ed essere vecchi ai tempi di Internet*
Casa editrice - Egea, 2011, pagg. 176
Prezzo - Euro 22

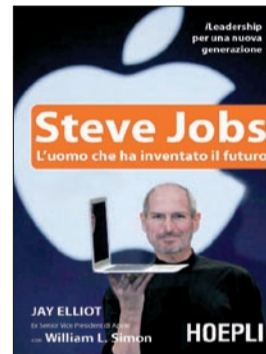
Argomento - Internet è un fenomeno molto più sociale che tecnologico e per questo influenza il comportamento delle persone, dividendole in due categorie: quelle che hanno interiorizzato la

rivoluzione del web e quelle che rispetto a questa sono allergiche. I primi sono i «giovani», magari non anagraficamente ma nell'approccio al mondo contemporaneo; i secondi sono i «vecchi» di questa epoca moderna. L'autore, professore associato di management e tecnologia dell'università Bocconi, considera «comportamenti digitali» quelli che sono stati maggiormente influenzati da Internet: l'apprendimento, il rapporto con l'informazione, la comunicazione, il coordinamento, la decisione e così via. Nella prefazione Denny Gioia scrive che «Google ha dato origine a un verbo, googlare, sinonimo di ricerca di informazioni». Le parti principali del libro, scritto con stile divulgativo e ricco di esemplificazioni, sviluppano cinque tematiche di Internet: i contenuti generati dagli utenti (blog, diari digitali ecc.); come vengono acquisite le informazioni; le caratteristiche di una generazione di «nativi digitali»: nascere prima o dopo di Internet fa la differenza nel modo di apprendere, di trattare le informazioni, di conoscere il mondo; le reti sociali digitali: l'amicizia fisica e l'amicizia virtuale condividono tratti comuni; infine, l'influenza della somma di comportamenti digitali preme sul cambiamento delle istituzioni tradizionali, aziende comprese. Proserpio ha cercato anche di mettere a confronto le posizioni dei «nativi» e non nativi nella speranza che, comprendendosi di più, possano riuscire a integrarsi nel contesto sociale.



Autore - Don Tapscott
Titolo - *Net generation - Come la generazione digitale sta cambiando il mondo*
Casa editrice - Franco Angeli, 2011, pagg. 316
Prezzo - Euro 39

Argomento - Nella presentazione dell'edizione italiana Mario Gerosa con un linguaggio trendy sviluppa un interessante confronto tra la Net Generation, altrimenti detta «generazione Y» (nati 1977-1997), e la «generazione X» (nati 1965-1976) e i «baby boomer» (nati 1946-1964). Negli Stati Uniti la fascia di età dei nati tra il 1977 e il 1997 comprende 80 milioni di persone. Questa popolazione viene definita Net generation da Don Tapscott, professore di management presso l'università di Toronto, il quale ha sviluppato una ricerca complessa con interviste a 9.442 persone tra i 13 e i 29 anni, di cui 7.685 della Net generation, di 12 paesi del Nord e Sud America, dell'Europa e dell'Asia. I risultati sono ampiamente commentati nel libro non solo nelle dinamiche attuali, ma soprattutto nei trend emergenti, che vedono questa generazione come una vera forza di trasformazione sociale: dall'istruzione alla vita familiare, dall'economia alla cittadinanza attiva. Il tipico net gener agisce in base a otto regole: ama essere libero e avere una completa libertà di scelta; vuole personalizzare ogni cosa; è un «collaboratore naturale», adora discutere; analizza ogni aspetto dell'organizzazione; insiste molto sull'integrità morale; vuole divertirsi sul posto di lavoro e a scuola; la velocità è la norma; l'innovazione è parte integrante della sua vita. Con un grave difetto: non protegge la sua privacy. Questa pubblicazione, di grande attualità e di interesse generale, è particolarmente importante per educatori e manager (ai quali l'autore suggerisce sette preziosi consigli nella ridefinizione dei rapporti con i nuovi talenti).



Autore - Jay Elliot, William L. Simon
Titolo - *Steve Jobs - L'uomo che ha inventato il futuro*
Casa editrice - Hoepli, 2011, pagg. 256
Prezzo - Euro 19,90

Argomento - Jay Elliot, ex vicepresidente esecutivo di Apple, vicino a Steve Jobs per oltre trent'anni, racconta la coinvolgente biografia di Steve Jobs con i retroscena di Apple: dalle riunioni con gli sviluppatori ai laboratori di design; dalle prove di forza con il consiglio di amministrazione al mondo fuori dalla Silicon Valley. È la storia dell'uomo che ha dato vita al Macintosh con l'intento di farne «il computer per tutti», ha creato l'iTunes Store e l'iPod perché amava la musica e voleva portarsela sempre addosso, l'iPhone per avere un originale telefono cellulare. Un percorso lungo le vicende del «ragazzo prodigo» da Apple II al Macintosh, dalla drammatica caduta in disgrazia al suo ritorno al timone di Apple, fino all'iPad. Questo libro, scritto in collaborazione con William L. Simon, non è soltanto per capire il fenomeno Apple e «diventare come Steve», ma anche per mostrare al lettore come applicare gli stessi principi alla propria vita e carriera. I lati positivi del suo stile di management sono preziosi suggerimenti: la perseveranza, l'attenzione al dettaglio, l'immedesimazione nei bisogni del cliente, avere ampie visioni senza limiti, innovare le proprie tecnologie, curare la semplicità d'uso dei prodotti, far lavorare la propria squadra con passione ed entusiasmo. Un suo sogno: «Se potessimo replicare la mano, avremmo un prodotto da urlare». Una sua criticità: come spesso accade alle persone di grande successo, ai visionari, Steve Jobs non possiede particolari doti di socializzazione. Questa recensione è una primizia, perché il libro viene presentato per la prima volta in Italia dall'autore Jay Elliot e dall'editore il 29 marzo in università Bocconi.

a cura di Pietro Scardillo