www.olympos.it/formazione-online-corsi.html

L'Ufficio Acquisti

Soluzioni innovative di procurement

Giugno 08

Poste Italiane SpA - Spedizione in A.P.
DL 353/2003 (conv. in L. 27/02/04 n.46)
Art.1 Comma 1 - DCB ROMA
€ 5,00

33

SOSTENIBILITA'
- Certificazione Etica SA 8000
- La Questione Ambientale: Kyoto si, Kyoto no

LEAN PRODUCTION
- L'impatto dell'Ufficio Acquisti

RISORSE UMANE
- Il capitale intellettuale Focus delle Aziende ai singoli individui

SUPPLY CHAIN
- Anche le infrastrutture corrono in Cina

GESTIONE
- AMA Roma: con le gare telematiche meno costi e più efficienza nei processi di acquisto

DOSSIER TEMATICO
- Viaggi Aziendali

Partner
BRAVOSOLUTION

NUOVO STUDIO TECNA

Gianluca Gambirasio
Amministratore Unico
di Olympos Group srl
Consulenza e formazione
aziendale
www.olympos.it –
gianluca.gambirasio@olympos.it

LA FORMAZIONE AZIENDALE NEI VIAGGI INCENTIVE

Perché non unire l'utile al dilettevole ed effettuare un intervento formativo in un contesto piacevole e rilassante che permetta ai partecipanti (collaboratori, Clienti o partner commerciali) di lavorare divertendosi e rilassarsi lavorando?

L'azienda può cogliere in un viaggio incentive non solo l'opportunità per gratificare ed agevolare la socializzazione ma anche quella formativa di far crescere le conoscenze, competenze ed abilità delle persone coinvolte.
Un ulteriore elemento da non sottovalutare è l'effetto sorpresa. L'intervento formativo dovrà essere originale ed innovativo per fornire nuovi stimoli di miglioramento ed evitare il rischio dell'assuefazione e del déjà vu, in particolare per quelle aziende che hanno già utilizzato la formazione nei viaggi incentive.
La metodologia di formazione dovrà essere il più possibile all'insegna del coinvolgimento e del divertimento in coerenza con lo spirito del viaggio.
Se ben organizzata la formazione all'interno del viaggio incentive diventa un momento indimenticabile quanto la vacanza.
Tra gli obiettivi formativi più frequenti vi sono:

- informare i partecipanti sulle novità a livello aziendale e/o di prodotto;
- migliorare il lavoro di gruppo (team work e teambulding) e il senso di appartenenza all'azienda;
- aumentare le competenze manageriali dei partecipanti (es. gestione dei collaboratori, time management, leadership, project management);
- agevolare la socializzazione e la conoscenza tra tutti i partecipanti;
- fornire ulteriori supporti per migliorare le tecniche di marketing e di vendita o di relazione con il Cliente;
- conoscere meglio una normativa di legge (es. sicurezza, privacy) o una procedura tecnica (es. utilizzo strumenti informatici).

Il numero di partecipanti coinvolti può variare molto: da piccoli gruppi con meno di 10 persone, a grandi gruppi di oltre 1000 persone. L'abilità sta nello scegliere la metodologia di formazione più adatta in funzione degli obiettivi, del numero di partecipanti, del contesto aziendale, del tempo a disposizione, del budget di spesa, della location, delle esperienze formative precedenti, ecc.
Tra i più classici errori da evitare vi sono:

- **la vacanza rovinata**. La formazione deve

www.olympos.it/formazione-online-corsi.html

valorizzare ulteriormente il viaggio ma non deve ad esso sostituirsi. Portare delle persone a Parigi per fare formazione e non aver poi il tempo di visitare la città o andare nel Mar Rosso e poter fare il bagno solo di notte non sono sicuramente approcci vincenti. La formazione deve essere organizzata negli orari che meglio si conciliano con la vacanza. Se si viaggia in nave da crociera può essere organizzata ad esempio durante i trasferimenti, in una località balneare può essere organizzata la mattina presto o la sera, in un villaggio turistico si può lasciare l'opzione a scelta libera di qualche ora in totale libertà o la partecipazione ad un momento formativo, per scoprire in modo alternativo le bellezze di una città d'arte si può organizzare una caccia al tesoro al cui termine contestualizzare l'esperienza anche da un punto di vista formativo in termini di team building, ecc.

- **l'effetto "gioco aperitivo"** da villaggio vacanze. La formazione organizzata durante il viaggio incentive anche se attraverso l'utilizzo di metodologie ludiche non deve mai essere effettuata in modo superficiale e/o banale. Un conto sono le competenze richieste ad un animatore di un villaggio turistico, un conto quelle richieste ad un animatore di un corso di formazione manageriale (fermo restando che diverse devono essere comuni ad entrambe le figure professionali: ad esempio la capacità di coinvolgere e creare interesse, la capacità di gestire le dinamiche del gruppo e di far volare il tempo, ecc.). I partecipanti anche se attraverso il gioco devono toccare con mano l'efficacia e l'utilità della formazione ricevuta.
- **la "presentazione delle pentole".** Sono pienamente convinto che la formazione non deve essere imposta in maniera obbligatoria alle persone ma deve essere offerta come un'opportunità per loro. Attraverso un attento marketing della formazione le persone devono essere naturalmente invogliare a prendere parte all'evento formativo. La formazione deve poi essere organizzata in modo eccellente al fine di attivare un volano positivo all'interno dell'azienda. Con il passare del tempo i partecipanti stessi dovranno essere così soddisfatti della formazione ricevuta da richiedere loro stessi l'organizzazione di ulteriori interventi formativi.
- **facciamo finta di lavorare per qualche ora...** Organizzare all'interno di un viaggio incentive un momento formativo tanto per far vedere che si lavora non rappresenta certamente una buona premessa per il successo dell'iniziativa. La Direzione aziendale deve volere il momento formativo in quanto ci crede al 100% sulla sua efficacia e non per una formalità o moda. Senza un forte committment qualsiasi intervento formativo è destinato ad un risultato deludente.

All'interno di un corso di formazione in un viaggio incentive è fondamentale utilizzare una metodologia interattiva e dinamica: i corsi tradizionali di formazione producono molte idee... ma non abbastanza azione. Non si può trasmettere l'azione che attraverso dei "laboratori / palestre" che coniughino dinamiche di gruppo e lavori individuali sulla "vita professionale reale": i partecipanti non ascoltano e basta, devono lavorare attivamente.

Questi laboratori devono essere al servizio di ogni partecipante: aiutarlo a formulare i suoi obiettivi di crescita, metterlo in una posizione attiva per apprendere "sulla sua pelle", aiutarlo a partire dalla sua esperienza a tornare sull'esperienza stessa e a formulare il suo piano d'azione. I metodi didattici devono permettere di ottenere un'acquisizione più rapida del sapere, una maggiore memorizzazione e soprattutto una motivazione accresciuta dall'attuazione pratica sul campo.

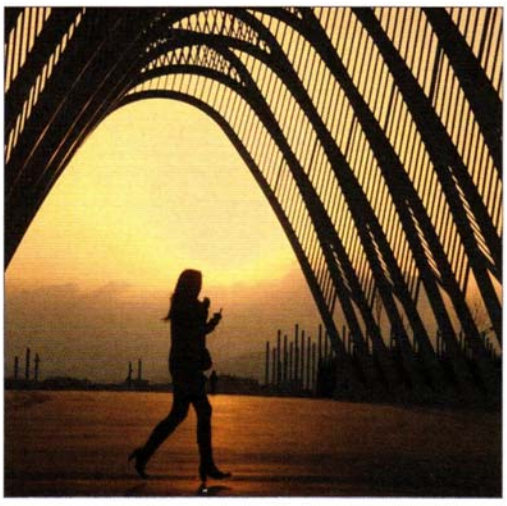
La metodologia di formazione, interattiva e basata su casi pratici tratti dalle specifiche realtà aziendali, è in grado di assicurare il cambiamento dei comportamenti di lavoro. Penso che sia inutile e poco efficace prefigurare e proporre un profilo standardizzato di approccio al Cliente, ma invece utile adattare le regole base ad ogni realtà personale ed aziendale, andando ad inserirsi sui comporta-

menti che ciascuno adotta. Lo stile di animazione deve essere vivace e partecipativo con molti esercizi pratici e tecniche facili da usare immediatamente.
Mi sembra che una condizione di successo di tale iniziativa sia che i partecipanti abbiano voglia di utilizzare meglio le proprie capacità e di imparare un metodo e uno stile più vincente. L'obiettivo è che i partecipanti possano imparare facendo e speriamo anche divertendosi.
Oltre all'effettuazione di un tradizionale corso di formazione in aula, esistono numerose esperienze formative che possono aiutare a lavorare sugli obiettivi formativi sopra indicati con uno stile altamente coinvolgente ed innovativo.
Innanzitutto occorre distinguere tra un'esperienza fine a se stessa ed un'esperienza formativa.
Nel primo caso i partecipanti si ricordano di avere giocato, di avere costruito ponti tibetani, imparato a condurre una barca a vela, scalato una parete di roccia, giocato a rugby e basta.
Nel secondo caso i partecipanti tornati al lavoro migliorano il loro modo di lavorare in team ricordandosi a vicenda di fare e/o non fare quello che è successo al corso outdoor, mentre giocavano, costruivano ponti tibetani, guidavano la barca, ecc.
L'Outdoor Training rappresenta uno strumento formativo totalmente stimolante e coinvolgente che porta i partecipanti ad apprendere in modo diretto e immediato e a far affidamento su tutte le proprie risorse per raggiungere obiettivi individuali e comuni, accelerando il normale processo di apprendimento.
Gli Outdoor Training impegnano la persona nella sua interezza: mente, corpo ed emozioni. Dimostrano come grazie ad un corretto lavoro di gruppo, gli ostacoli insormontabili possono essere superati. L'efficacia del corso è misurata da come i partecipanti memorizzano ciò che apprendono e da come applicano quanto appreso, nelle loro attività quotidiane.
Le sfide di Outdoor Training stimolano l'apprendimento alla risoluzione dei problemi, piuttosto che seguire un approccio tradizionale con l'esperto che dice come fare. È basato sulla premessa che si apprenda più nel fare che nel seguire una lezione o nel leggere un libro.
Attraverso il processo di analisi e di riflessione, successivo all'esperienza, si indica ciò che sarà applicabile nella attività lavorativa. L'analisi della risoluzione del problema dà le linee generali su come affrontare al meglio le attività quotidiane. Obiettivi: lavorare meglio insieme, cambiare comportamenti negativi imparando a vedere pro e contro, focalizzarsi sugli obiettivi.
L'outdoor training utilizzato per sviluppare il team permette, attraverso un forte coinvolgimento delle persone, un miglioramento della capacità di lavorare con gli altri, di collaborazione, di fare e ricevere energia dal gruppo.

Il vivere in prima persona una prova pratica, una esperienza concreta (non di forza fisica ma di collaborazione con il gruppo) permette di liberare pienamente le energie positive del singolo, contribuendo in modo diretto al rafforzamento dello spirito di gruppo e di appartenenza. I con-

www.olympos.it/formazione-online-corsi.html

tenuti dell'apprendimento vengono così ancorati ad un'esperienza emotivamente appagante ed evocativa.
I partecipanti sono messi di fronte a difficoltà e a situazioni reali complesse dove il rischio è emotivo, non è un rischio reale, non essendo situazioni estreme in sé stesse.
Ciò che è importante non è il reale livello di difficoltà da affrontare quanto il pieno coinvolgimento emotivo dei partecipanti che devono mettere in gioco tutte le proprie energie e le potenzialità personali.
Proprio attraverso la generalizzazione dell'esperienza i partecipanti imparano quei comportamenti che li guideranno all'interno del loro contesto di appartenenza.
L'Outdoor Training è tra i più efficaci metodi di apprendimento poiché i partecipanti sono protagonisti in prima persona e il modello di formazione inedito suscita l'adesione.
I messaggi e gli apporti dell'animatore vengono valorizzati in quanto sono visti come un completamento indiscutibile del lavoro già svolto dai gruppi.
La caratteristica di 'evento' che assume la riunione e l'atmosfera di gioco fanno vivere ai partecipanti dei momenti forti che creano coesione, incitano all'azione e permettono di ricordare nel tempo i concetti affrontati. Permette di rafforzare la memorizzazione e favorisce lo scambio di esperienze e lo spirito di gruppo tra i partecipanti.
Il modello di apprendimento di riferimento è quello basato sull'esperienza. Apprendimento cioè non solo basato sui momenti di descrizione di concetti in aula ma che parte da esperienze pratiche, coinvolgenti a livello emotivo e cognitivo, seguite da una riflessione sulle azioni svolte (debriefing) per giungere a punti di apprendimento (learning point) utilizzabili in ambito lavorativo.
Le esperienze pratiche: le attività svolte sono delle metafore di reali situazioni lavorative, nelle quali bisogna gestire risorse limitate, scadenze pressanti, personalità diverse, motivazioni di segno e livello differenti.
I debriefing: ogni esperienza è seguita da una sessione di analisi facilitata dal trainer. I partecipanti sono spinti a riconoscere i fattori critici di successo di un gruppo sia a livello operativo che a livello emozionale.
I punti di apprendimento: ogni debriefing si conclude con la sintesi di alcuni punti di apprendimento da applicare nel progetto successivo ed in ambito lavorativo.
Di seguito vengono elencate alcune innovative metodologie di formazione esperienziale (molte delle quali outdoor) che ben si prestano ad essere utilizzate nell'ambito di un viaggio incentive:



- **Hotel Bologna Live**
  L'Hotel Bologna di Senigallia, specializzato nel target famiglie con bambini, rappresenta un caso di eccellenza. Un Hotel che riesce a cambiare l'orologio delle stagioni turistiche. Nella sua spiaggia sembra di essere sempre in agosto, mentre in realtà siamo a maggio o settembre o in un week end di aprile o ottobre. Due giorni di vacanza e di intenso lavoro alternando l'esperienza diretta di Cliente dell'albergo a lavori individuali, in sottogruppi ed in plenaria per analizzare in prima persona un caso di marketing di successo.
- **FormaRelax**

www.olympos.it/formazione-online-corsi.html

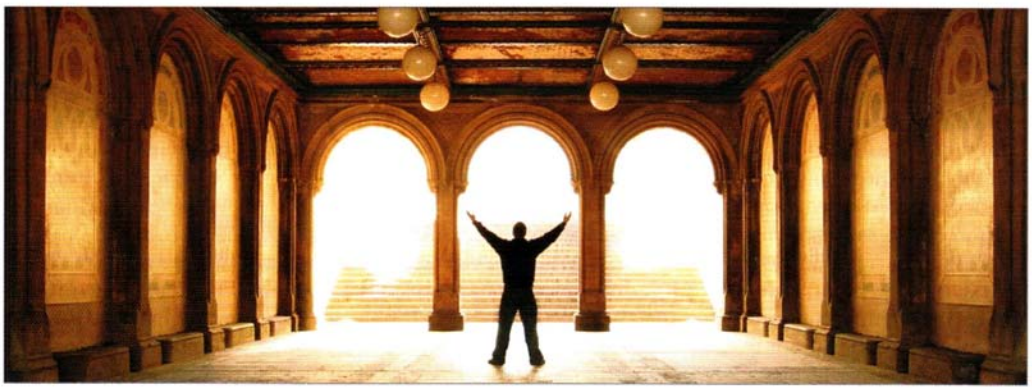
www.olympos.it/formazione-online-corsi.html

Per Manager che vogliono agire rilassati e raggiungere gli obiettivi in piena forma. Un week end in un centro benessere all'insegna della formazione manageriale (psicologia del benessere, qualità della vita, equilibrio interiore, umorismo, ecc.) e rilassanti trattamenti relax ed antistress.

- **Alpinismo aziendale: la montagna una scuola di management**
  La determinazione del singolo e della squadra sono le chiavi del successo sul K2 come in azienda. Senza bisogno di essere degli alpinisti, è possibile organizzare corsi outdoor in montagna per vivere indimenticabili esperienze all'insegna del team work, della fiducia e dell'orientamento all'obiettivo.
  Anche il mare si presta all'organizzazione di corsi outdoor sul team building utilizzando ad esempio l'esperienza della conduzione di una barca a vela.
- **Golf Management Training**
  Attraverso l'esperienza del Golf i partecipanti apprendono come mettere in gioco tutte le risorse in maniera diretta ed immediata per raggiungere i personali obiettivi di sviluppo. Il gioco del Golf favorisce la valorizzazione delle qualità individuali all'interno di un lavoro di squadra. Una metodologia adatta a tutti (golfisti e non).
- **Formazione aziendale tramite arte e cucina / musica / pittura**
  Attraverso esperienze artistiche (cucina, musica, pittura e/o altro) è possibile analizzare e migliorare i segreti di un team vincente attraverso un'esperienza artistica intensa e di totale coinvolgimento.
- **Caccia al tesoro**
  Impegnati in team di lavoro per le strade della città, in un'oasi nel deserto, in un comodo Hotel o altro luogo per individuare il tesoro utilizzando al meglio le risorse a disposizione, ricercando indizi preziosi. I partecipanti dovranno essere in grado di risolvere gli enigmi contenuti nelle buste indizio di luogo per essere poi in grado di affrontare con successo le buste prova per trovare alla fine il tesoro. Si tratta di una metodologia personalizzabile a piacere in funzione degli obiettivi che si vogliono ottenere (es. lancio di un nuovo prodotto, formazione tecnica, ecc).
- **FBI**
  Un team con un grande problema da risolvere: un omicidio o un rapimento. Nello svolgimento dell'evento i partecipanti devono interagire tra di loro per scoprire il colpevole attraverso la condivisione delle informazioni e degli indizi raccolti sulla scena del delitto. Un innovativo momento ludico e/o formativo per i partecipanti che può essere organizzato anche durante un pranzo o una cena. Può essere utilizzata sia come puro momento ludico che come strumento di formazione sul teamwork e/o il problem solving. In questa seconda ipotesi, nel corso dell'evento vengono organizzate delle sessioni di debriefing per analizzare le dinamiche emerse nel corso del gioco con i relativi punti di forza emersi e le aree di miglioramento.
- **Il gioco dei team**
  Un metodo pedagogico basato sul lavoro intensivo di squadre messe in competizione su temi di lavoro, sotto l'arbitraggio di una giuria.
  Il Gioco dei Teams è una delle poche formule che permettono sia la partecipazione di tutti sia un ritmo molto sostenuto in cui gli scambi sono molto ricchi all'interno di ogni gruppo di lavoro. La riunione presenta una forma inedita per i partecipanti. Il carattere di avvenimento, che è rinforzato dalla presenza del management dell'azienda , all'interno della giuria, e l'atmosfera di competizione, fanno vivere ai partecipanti momenti forti che rafforzano le equipe e incitano all'azione.
- **Il grande quiz**
  Il Grande Quiz è un supporto di animazione ludico destinato sia a far scoprire i contenuti di una formazione in fase introduttiva, sia a convalidare l'apprendimento pedagogico a fine formazione attraverso un'avvincente

www.olympos.it/formazione-online-corsi.html

sfida all'ultima domanda. Da 2 a 20 squadre si affrontano su un tema specifico (ad esempio un prodotto). Il tema viene diviso in argomenti, su ciascuno dei quali si dovrà rispondere a domande chiuse (tipo quiz) e/o domande semi-aperte (risposte semplici e brevi). Sulle domande aperte l'animatore valuta la pertinenza delle risposte e decide se considerare la risposta buona o meno. L'animatore commenta le risposte e fa dei richiami frequenti ai contenuti pedagogici.

- **Laboratorio di creatività**
  Un metodo pedagogico costruito sul lavoro intensivo di squadre messe in competizione e sull'abilità di esprimersi individualmente e collettivamente attraverso la scoperta e l'utilizzo della propria creatività personale. attraverso un "mental jogging" costante e uno stimolo a superare i propri blocchi emotivi, percettivi e culturali alla creatività che privilegia non soltanto l'aspetto teorico e metodologico della creatività ma anche e soprattutto la componente ludica, di gioco, cioè quell'aspetto troppo spesso dimenticato in azienda che fa appello e chiama in campo "l'emisfero destro" del nostro cervello.
- **Teatro aziendale: attivo e passivo**
  Nel teatro passivo, lo spettacolo viene interpretato da attori professionisti, al termine di un'accurata fase di analisi del contesto e degli obiettivi aziendali.
  Nel teatro attivo, sono i partecipanti stessi dell'azienda a scrivere ed interpretare il copione dello spettacolo teatrale con il supporto del trainer e di attori e professionisti del teatro.
- **Vinceremo l'Oscar**
  Nei panni di troupe televisive i partecipanti vengono guidati nel creare un film che focalizzi gli aspetti salienti del loro ruolo; ad esempio "Il venditore perfetto", "Il manager leader", ecc. Con il supporto di personale specializzato, sarà inoltre possibile effettuare riprese e montaggi professionali per realizzare una video cassetta che a sua volta potrà essere utilizzata come strumento di formazione all'interno dell'azienda anche una volta ritornati dal viaggio incentive.

Mi sono limitato a presentare solo alcune delle infinite possibilità di effettuare interventi formativi nell'ambito di un viaggio incentive, in particolare per rafforzare il team work.
Non esiste un metodo giusto o sbagliato di fare formazione, dipende sempre da quale sono gli obiettivi che si vogliono raggiungere e dal contesto all'interno del quale ci si trova ad intervenire.
Non ci vuole "molta" competenza per inventare qualcosa di innovativo, sicuramente ne serve molta di più per capire quale sia l'approccio più adatto da utilizzare, nel progettare e mettere in atto un evento formativo di successo. ■