

BOOK SUMMARY

**VIETATA OGNI RIPRODUZIONE E/O DIFFUSIONE ANCHE IN
FORMA PARZIALE ©**



L'AUTORE



Stefano Greco opera sul mercato della Consulenza aziendale, della Selezione e della Formazione dal 1992, vivendo da Imprenditore tutti gli aspetti riferiti sia alla vendita di Servizi a Privati ed Imprese, sia alla gestione delle persone. Autore di libri ed articoli specialistici, ha sviluppato competenze specifiche nella Consulenza organizzativa, nella Selezione, nella Valutazione e nella Formazione manageriale e commerciale.

L'autore è intervenuto in oltre 70 organizzazioni, nel settore privato e della Pubblica Amministrazione, svolgendo più di 1200 interventi formativi in aula, in outdoor e con la metodologia del coaching.

Oltre al libro "La formazione come palestra della professionalità. Guida pratica all'utilizzo delle attività formative per le Persone e le Organizzazioni", con Franco Angeli ha pubblicato "Umore & Management. Una leadership a colpi di sorriso. Come sviluppare un approccio innovativo nella gestione delle persone in azienda", Milano, 2006.

E' iscritto all'Albo degli Psicologi della Regione Lazio ed è Responsabile Olympos Roma. Per contattare l'autore:

Cellulare: 3403881451

E-mail: stefano.greco@olympos.it

BUONA LETTURA!

1. PERCHE' E' NECESSARIA UNA GUIDA PER ORIENTARSI NELL'ATTUALE MONDO DELLA FORMAZIONE

Come nello sport gli atleti agonistici preparano la loro performance sul campo attraverso sistematici allenamenti tecnici, fisici e mentali, così oggi persone ed organizzazioni sono chiamate a sviluppare livelli sempre più eccellenti di professionalità attraverso l'utilizzo della "Palestra Formazione".

Tuttavia, in questa palestra, possiamo trovare una miriade di "attrezzi" ed una folla di "istuttori" che possono facilmente confonderci riguardo il "programma di allenamento" realmente adatto per soddisfare specifiche esigenze e raggiungere i risultati desiderati.

Questo libro nasce con l'obiettivo di fornire una guida pratica per orientarsi nell'universo formazione la cui continua ed inarrestabile espansione a livello di significati ed applicazioni impone oggi la necessità, per Studenti, Laureati, Manager, Formatori, Docenti, di avere le idee chiare sull'argomento, evitando lo spreco di tempo, energie e denaro.

Il testo offre al lettore criteri ed indicatori per valutare quale attività formativa è più opportuno svolgere in funzione dei risultati attesi, quali metodologie prevedere, come interagire costruttivamente con le società di consulenza e gli enti accreditati per erogare corsi, master ed interventi, al fine di raggiungere l'obiettivo di un reale valore aggiunto per le persone e le organizzazioni – pubbliche, private e del terzo settore – che investono in formazione e sviluppo.

Il ritorno di tale investimento sarà tanto più in linea con le aspettative quanto più gli interventi erogati avranno rispettato requisiti non solo di "gradimento" ma soprattutto di efficacia strategica, di etica e di rispondenza ad un reale fabbisogno.

L'urgenza di avere delle precise coordinate, attraverso le quali orientarsi per operare le scelte più opportune, sia a livello aziendale sia a livello individuale, è soprattutto legata all'esplosione dello "sperimentalismo", ovvero l'attuale tendenza di mercato per cui "tutto diventa formazione".

Dallo Yoga alla Danza dei Maori, dal Trekking al Rafting, dal Teatro alla Musica, dalla Pittura alla Cucina creativa, ogni attività viene "venduta" come "tranquillamente" trasferibile negli eventi formativi e/o nei momenti istituzionali di aggregazione aziendale, a volte senza alcuna connessione con le effettive esigenze del Cliente. Scegliere bene i "metodi e le attrezzature di allenamento" è fondamentale, perchè vincere le sfide professionali sul campo dipende soprattutto da questo.

2. LO SCENARIO

Nel 2002 Franco Angeli poneva una suggestiva domanda: “Formazione: quo vadis?”¹ alla quale era ancora possibile dare una risposta in qualche modo univoca: la finalità del fare formazione si identificava con lo sviluppo delle competenze.

Oggi, a distanza di soli quattro anni, tale “certezza di risposta” inizia a vacillare se non addirittura a cadere di fronte alle mutazioni genetiche avvenute nell’offerta di formazione ma anche nei tessuti organizzativi e sociali.

Tanto per cominciare, conviene ragionare in termini di “formazioni” – scolastica, professionale, sul lavoro – correndo anche il rischio di incorrere in una pirandelliana crisi di identità: formazione una, nessuna, centomila.

In secondo luogo, il mercato della formazione. Il vecchio ritornello: “In tempi di crisi, la formazione è una delle prime spese ad essere tagliate” è ancora duro a morire, continuando a causare danni alla competitività e allo sviluppo. Osservazioni sul campo dimostrano inoltre che, a seguito della progressiva chiusura dei rubinetti di fondi pubblici e/o consortili e dell’effetto 11 settembre, la domanda di formazione si è molto assottigliata, traghettando il settore da mercato segmentabile a mercato di nicchia in cui investire in formazione diventa un “lusso” per pochi.

Un lusso inteso non tanto in termini economici, attenzione. Di fatto, la formazione costa relativamente poco se confrontata con altre voci di spesa aziendale, a volte anche molto futili. Si tratta piuttosto di un “lusso psicologico”, nel senso che sono sempre meno le aziende che possono permettersi di avere persone e quindi funzioni interne “dedicate” solo o quasi esclusivamente alla formazione in azienda. Sono sempre meno i manager che hanno tempo disponibile o vogliono renderlo tale (!) per curare i processi di sviluppo basati sulla consulenza e sulla formazione.

Tale situazione naturalmente è molto critica, dal momento che l’unica alternativa all’assenza di sviluppo è il declino.

Tuttavia, diverse aziende sono ancora convinte che per salvare la nave che affonda basti svuotare l’acqua con i secchi piuttosto che preoccuparsi seriamente di tappare le falle, riparare lo scafo e poi provvedere eventualmente anche alla sostituzione del capitano e degli ufficiali incompetenti.

Corsi di formazione che fino a qualche tempo fa erano dimensionati – correttamente – su tre giornate, oggi vengono strutturati su due giornate se non addirittura su una; le giornate di follow up rientrano tra i lussi di cui ho parlato prima e sempre più di frequente vengono proposte “pillole formative” di qualche ora, svolte direttamente sul posto di lavoro tra una pratica di ufficio ed una riunione con il cliente. Il mito futurista della velocità si è

¹ Franco Angeli, “Formazione: quo vadis?”, FOR, Rivista per la formazione, n. 50-51, AIF / Franco Angeli, Milano, 2002

impadronito anche dell'apprendimento: bisogna saper leggere, memorizzare e apprendere sempre più velocemente.

E' il trionfo del "One Minute Manager" e del "Fast Meeting".

In ogni caso, la vita, si sa, è piena di paradossi. Se da un lato la domanda di formazione "tradizionale" – vale a dire orientata allo sviluppo delle competenze in aula – è in forte contrazione o comunque significativamente ridimensionata, dall'altro assistiamo all'espandersi del fenomeno della "nuova" formazione, quella in cui i partecipanti vivono ogni sorta di "esperienza formativa": Teatro aziendale, Orchestre, Jazz Band, Trekking, Barche a vela, Meditazione, A cena con delitto, Situation Comedy, Talk Show, Cacce al tesoro, Rugby, Golf e chi più ne ha più ne metta.

La tendenza in atto oggi è: meno aula e più attività all'aperto; meno tempo da dedicare alle "noiose competenze trasversali" e più disponibilità per il gioco, l'avventura, l'esplorazione interiore.

La creatività è il Santo Graal strenuamente ricercato all'interno di progetti formativi ed eventi.

Partecipanti ed aziende diventano "cercatori di emozioni", quelle pepite sempre più rare da trovare nel grigiore di stressati ambienti di lavoro e magari anche nella piatta quotidianità della vita personale.

La questione, in ogni caso, non si pone tanto in termini quantitativi quanto piuttosto a livello qualitativo ed anche etico.

Nel momento in cui questa nuova modalità del fare formazione, sostituendosi a quella tradizionale, si collega efficacemente alle strategie di sviluppo dell'azienda, a percorsi formativi pensati ad hoc e soprattutto risponde alla piena adesione psicologica ed emotiva dei partecipanti, va tutto bene. Del resto, anche io, in qualità di Consulente Formatore orientato alla creatività, sono convinto che le vie dello sviluppo siano infinite e che sulla strada dell'eccellenza non ci siano limiti di velocità.

Tuttavia, alcuni seri problemi possono insorgere nel momento in cui l'esperienza formativa rimane una sperimentazione fine a se stessa, non opportunamente elaborata e/o sistematizzata nel quadro complessivo dei vissuti delle persone.

Se questa tipologia di formazione non viene progettata con criteri orientati a valutare il ritorno dell'investimento ed il reale livello di coinvolgimento dei partecipanti, allora diventa un costo secco che pesa non solo sul conto economico dell'azienda ma soprattutto nelle menti e nei cuori di chi vi ha partecipato e non ha trovato/compreso significati spendibili nel quotidiano. Magari l'evento potrà aver sortito piacevoli effetti ludici, nell'ottica di un puro intrattenimento, ma molto probabilmente non era quello l'obiettivo a cui l'azienda mirava: altrimenti l'esperienza si sarebbe chiamato "vacanza incentivo" e non "formazione" o "meeting aziendale".

Questo libro è dedicato proprio all'approfondimento delle necessarie attenzioni da porre nello scegliere le diverse attività formative e all'analisi di come e quando utilizzare tecniche e metodologie specifiche.