Wall Street Italia

www.wallstreetitalia.com

N. 11 | NOVEMBRE '19 | 5,0 EURO

MENSILE | ANNO 9 | P.I. 5/11/2019 | POSTE ITALIANE SPA - SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE - 70% - LO/MI

I TAGLI E LO SPAZIALISMO DI **LUCIO FONTANA** ALLA BASE DELL'IDEA DI COPERTINA

Azimut
L'ARTE DI FARE IMPRESA

DOSSIER LA CRESCITA SOSTENIBILE P. 14-75

ALBERTO BOMBASSEI P.26 | RAFFAELE MORELLI P.30 | I BANCHIERI ITALIANI CI RACCONTANO... P.34

FORMAZIONE

INVESTIRE IN SOFT SKILLS

La situazione in Italia e il raffronto con la realtà europea. I finanziamenti e come iniziare

DI **GIOVANNI SEBASTIANO COZZA**

Partiamo da un dato positivo. Negli ultimi 3 anni la spesa per la formazione professionale dei lavoratori in Italia ha registrato un aumento di investimenti pari al 13,6%. E ora la "cattiva" notizia: se guardiamo alla media europea, siamo ancora molto distanti dallo standard di molti dei paesi dell'Unione, che investono cifre da 4 a 5 volte superiori a quelle del nostro paese.
Quel poco che si investe in Italia è destinato prevalentemente alla formazione tecnica, più raramente ai soft skills. Non è così, invece, nella cultura anglosassone, che vede i soft skills come un tool indispensabile per il proprio lavoro, come fosse un pc o uno smartphone.
Per fortuna, nella mia esperienza ho incontrato anche in Italia manager illuminati che hanno compreso il valore della formazione delle competenze "soft".
In questo articolo cito due esempi.

Aeronautica Militare e Allianz Global Investors SGR sono due esempi virtuosi di manager illuminati che hanno compreso il valore della formazione delle competenze "soft"

Il primo esempio virtuoso. Il primo è quello dell'Aeronautica Militare. L'Aeronautica Militare ha una struttura altamente specializzata in ambito risorse umane: ISMA, l'ente di formazione per ufficiali.
Utilizzando un modello di leadership manageriale molto semplice, aiutiamo gli ufficiali superiori a migliorare la loro comunicazione con i sottoposti con un beneficio di efficienza per tutta la struttura, che consta di circa 45.000 persone. Insegniamo a utilizzare un linguaggio che sia autorevole e non autoritario: stellette o non, ci si è accorti che il primo stile produce risultati migliori del secondo. Se tutto ciò funziona con i militari, è ovviamente ancora più vero in azienda, dove le stellette sono assenti o più... "sbiadite".
La leadership manageriale è quindi un'abilità che si può apprendere. Per insegnarla, nei nostri corsi prediligiamo una formazione che sia esperienziale. Non ci basiamo solo su un trasferimento di know-how a

Negli ultimi tre anni la spesa per la formazione professionale in Italia ha registrato un aumento pari al 13,6%

livello teorico, ma preferiamo utilizzare i role-play, i giochi di ruolo, e la simulazione di situazioni simili alla realtà. Utilizziamo l'elemento giocoso per rendere più facile l'apprendimento delle tecniche.
L'aspetto chiave nella leadership manageriale è l'empatia, che si sviluppa attraverso la capacità di ascolto e il saper fare domande. Ecco perché insegniamo anche l'arte di fare domande potenti: la Domandologia ®.
La Domandologia è uno strumento importante per conoscere meglio il proprio interlocutore e generare una riflessione nell'altro verso una direzione da noi definita e per guidarlo nella scelta. Socrate la chiamava Maieutica.

Il secondo esempio virtuoso è quello di Allianz Global Investors SGR. È la costola di Allianz che crea i prodotti finanziari che vengono poi distribuiti sul mercato anche da reti terze. Facciamo una premessa. La usuale politica aziendale delle SGR è quella di organizzare delle serate in cui invitare i consulenti finanziari e istruirli sulle caratteristiche tecnico del prodotto e sui trend di mercato in generale.
Ma per il consulente, una volta conosciuto nel dettaglio il proprio prodotto, restava un compito: come comunicarlo ai propri clienti? Per prima cosa bisogna capire le esigenze finanziarie del cliente stesso e creare una pianificazione che tenga conto di tutti gli aspetti della sua vita: parte fiscale, assicurativa, previdenziale, successoria…
E per conoscere il cliente, occorre dotarsi di uno stile di comunicazione che consenta di entrare in empatia con lui. Solo così il cliente si può confidare e il consulente può inquadrare il suo profilo e aiutarlo quindi a scegliere il prodotto finanziario più adatto a lui.
Allianz Global Investors rappresenta uno dei casi più emblematici con cui ho avuto a che fare, poiché nonostante sia una SGR (quindi non vende ai clienti finali i suoi prodotti), ha compreso che la capacità di capire il cliente è importante quanto la parte tecnica. Per questo ha stabilito con noi una partnership di lungo periodo con l'obiettivo di trasferire la cultura dell'empatia e delle domande maieutiche a tutta la platea dei consulenti finanziari.

Come e dove iniziare. E le aziende che ancora non hanno investito nella formazione delle soft skills? Innanzitutto, diciamo loro che oggi possono farlo a titolo quasi gratuito.
Ogni anno, 10 milioni di lavoratori vengono formati gratuitamente grazie ai Fondi Interprofessionali. Si tratta di uno strumento creato dalla Legge n.388/2000 che consente alle aziende di fare formazione professionale continua e gratuita ai dipendenti. È sufficiente che l'azienda scelga di destinare una quota pari allo 0,30% dei contributi previdenziali che versa all'INPS. Quindi, da dove iniziare?
Anche con un buon libro. Uno vale l'altro, purché sia a tema e aiuti l'azienda a comprendere le potenzialità della formazione. Se invece è già ben chiara l'importanza di questo strumento, allora si può scegliere un corso specifico, facendo molta attenzione che le competenze insegnate siano coerenti con i propri obiettivi.
L'ultimo passaggio è quello di affidarsi a un buon formatore - coach. Meglio sceglierne uno appassionato e che abbia già maturato esperienza in aziende di un certo livello. È anche importante che col coach ci sia sintonia dal punto di vista personale e soprattutto valoriale. Si tratta pur sempre di un gioco di squadra!

FORMAZIONE GRATUITA

LE AZIENDE POSSONO ATTINGERE AI FONDI PARITETICI