

ESEMPIO DI MARIO

- Mario è un ragazzo delle scuole medie, fa la seconda media.
Ogni volta che torna da scuola non vuole fare i compiti.
- Davanti a questo comportamento di Mario, cosa possiamo fare? Come possiamo muoverci?

MAMMA A e MAMMA B

MAMMA A

Mario, ora basta, mi stai facendo arrabbiare, corri a fare i compiti altrimenti la maestra ti da un brutto voto!

MAMMA B

Mario, da grande cosa vuoi fare? “Il pilota”. Che bello, senti Mario ma tu lo sai che per per fare il pilota devi sapere un po’ di matematica? Allora dai, forza, perché non vai a fare i compiti?

QUAL E' LA DIFFERENZA TRA LA MAMMA A E LA MAMMA B?

MAMMA A: La mamma A insiste sul comportamento. “Devi fare i compiti...”

MAMMA B: Ha insistito sui valori. Ha dato un motivo, cioè un valore per il quale il comportamento può valere la pena.

MOTIVAZIONE

**L'uomo non fa mai niente senza obiettivi
cioè principi/valori.**

**Non è detto che questi principi/valori che
si declinano in obiettivi siano
consapevoli ed espliciti.**

**La domanda è: quali sono questi
principi/valori per cui io lavoro?**

Quali sono i valori/obiettivi dell'azienda?

MOTIVAZIONE NEL LAVORO

Anche uno che non fa niente....ha un valore/obiettivo per cui agisce.

**PER QUALI OBIETTIVI STAI
LAVORANDO?**

**PER QUALI OBIETTIVI AZIENDALI
STIAMO LAVORANDO?**

MOTIVAZIONE

**NON E' POSSIBILE NON AVERE
OBIETTIVI/VALORI.
SE NON LI ABBIAMO DICHIARATI E
COSCIENTI,
LI ABBIAMO COMUNQUE IMPLICITI
ED INCONSCIENZI.**

MOTIVAZIONE

Qualsiasi obiettivo nasce da certi valori o principi e chiede certi valori e principi.

Occorre distinguere obiettivi da valori/principi, ma non separarli.

Gli ideali sono così concreti da influenzare in maniera chiara i valori e gli obiettivi.

Sono difficili da percepire ma non sono astratti.

Da cosa derivano?

**Dalle risposte alle domande ultime della vita:
a che vale vivere?**

MOTIVAZIONE

Non possiamo influenzare ideali ed identità, ma possiamo influenzare valori e obiettivi.

Esempio: nella selezione spesso è molto più importante capire il sistema valoriale della persona selezionata, che se sa fare delle cose...

Perché le capacità e le competenze sono variabili, cioè si possono insegnare, ma ciò che è difficile da mutare è l'identità e gli ideali.

MOTIVAZIONE

Perché gli ideali sono sopra l'identità?

Perché sono ciò per cui uno vive.

Ciò che in qualche modo dà significato alla vita, cioè l'orizzonte ultimo per cui uno fa tutto quello che fa, decide tutto quello che decide, investe tempo, energie, soldi, etc...

Esempio: se l'ideale della vita è godertela, al livello dei valori è difficile per esempio accettare un sacrificio, per esempio per un collega in difficoltà.

UN NOTA BENE

La motivazione di una persona può essere rafforzata ed orientata, non tanto fatta nascere.

Quello che purtroppo è possibile fare è distruggerla!

Ci sono fattori DEMOTIVANTI...

LA COMUNICAZIONE IN AZIENDA

Come fa uno che lavora in un'azienda a capire la mission dell'azienda e pertanto i suoi obiettivi specifici?

LA MISSION E GLI OBIETTIVI DEVONO ESSERE RESI ESPLICITI E CONTINUAMENTE RICHIAMATI.

E' un problema di COMUNICAZIONE

LA COMUNICAZIONE IN AZIENDA

Il “capo” è colui che **INCARNA** la **mission** e perciò la richiama continuamente, declinando gli obiettivi specifici aziendali e personali, a breve e a medio termine.

LA COMUNICAZIONE IN AZIENDA

GLI OBIETTIVI sono la definizione degli scopi a cui vogliamo arrivare in base alla cultura aziendale presente.

L'organizzazione è una variabile strategica (è il **come**) del dove vogliamo arrivare (**obiettivo**)

LA COMUNICAZIONE IN AZIENDA

Il punto di riferimento è l'obiettivo da raggiungere.

Questo modula anche tutte le comunicazioni interne con i dipendenti e collaboratori.

Non si ragiona più in termini di cose da fare ma in termini di ciò che si deve raggiungere.

LA COMUNICAZIONE IN AZIENDA

Il contenuto più importante nella comunicazione aziendale è

CHI SIAMO, DOVE SIAMO ARRIVATI, DOVE VOGLIAMO ANDARE.

Per questo la comunicazione delle mansioni deve essere in termini di “FUNZIONI”

Perché ognuno che lavora in un azienda è in funzione di un obiettivo comune.

LA COMUNICAZIONE IN AZIENDA

Occorre pertanto avere una grande chiarezza sugli obiettivi comuni per poi poter declinare degli obiettivi specifici e personali.

Il vero punto della comunicazione IN AZIENDA è avere le idee chiare sull'obiettivo.



Accademia
della SICUREZZA

LA COMUNICAZIONE IN AZIENDA

Nello stesso tempo per avere le idee chiare sull'obiettivo occorre avere le idee chiare sulla propria IDENTITA'.

Ma noi dove vogliamo arrivare alla fine del 2017?

Ma qual è il fattore che ci contraddistingue dagli altri?



LA COMUNICAZIONE IN AZIENDA

GIOCHIAMO INSIEME....

LA COMUNICAZIONE IN AZIENDA

**Perché abbiamo fatto questo gioco?
Cosa avete fatto insieme?**

**AVETE CERCATO DI RAGGIUNGERE
INSIEME UN OBIETTIVO,
SEGUENDO CERTE REGOLE
(CONDIZIONI) DATE.**

LA COMUNICAZIONE IN AZIENDA

Perché avete cambiato strategia?

Perché era inadeguata per raggiungere l'obiettivo.

Quando avete iniziato a cambiare radicalmente?



Accademia
della SICUREZZA

LA COMUNICAZIONE IN AZIENDA

**Quando ho detto...”inizio a parlare
con voi quando scendete sotto i 2
secondi...”**

Cos'è successo in questo caso?

**Non c'è stato un miglioramento ma un
cambiamento radicale di strategia...**

LA COMUNICAZIONE IN AZIENDA

Perché?

**Se avessi detto “dovete essere più veloci”,
cambiavate?**

NO...perché....?

**PERCHE' NON AVEVATE UN OBIETTIVO
DEFINIBILE E QUANTIFICABILE**

LA COMUNICAZIONE IN AZIENDA

La misurabilità dell'obiettivo da un indicazione che permette di immaginare anche la strategia per raggiungerlo.

La credibilità di chi lo da (dice) dà certezza che questo obiettivo sia raggiungibile.

LA COMUNICAZIONE IN AZIENDA

- ESSENZA DELLA LEADERSHIP:
- saper individuare e comunicare in
 - modo credibile gli obiettivi.
- Il leader è chi fa vedere gli obiettivi e fa vedere le implicazioni pratiche
 - sull'operato di ognuno.

LA COMUNICAZIONE IN AZIENDA

- ESSENZA DELLA LEADERSHIP:
 - saper individuare e comunicare in
 - modo credibile gli obiettivi.
- Il leader è chi fa vedere gli obiettivi e fa vedere le implicazioni pratiche
 - sull'operato di ognuno.

LA COMUNICAZIONE IN AZIENDA

**Cosa dite del COME siete arrivati
all'obiettivo?**

**Com'è stata la modalità organizzativa
del vostro lavoro?**

LA COMUNICAZIONE IN AZIENDA

Perché c'è caos?

**Quando c'è un problema, un'urgenza
cosa si fa?**

**IL LEADER non sa la soluzione, è
quello che governa l'organizzazione
in funzione dell'obiettivo.**

LA COMUNICAZIONE IN AZIENDA

Come fa a governare?

Per esempio “un attimo ascoltiamo il contributo di ognuno”...

Cosa succede normalmente quando ci troviamo davanti ad un problema grande?

Più il problema è grande, più siamo risucchiati immediatamente a trovare la soluzione.

**Normalmente la soluzione qualcuno la dice....
ma non viene ascoltato.**

LA COMUNICAZIONE IN AZIENDA

**Fra un obiettivo ed un azione c'è
sempre un **METODO** una
STRATEGIA.**

**IL LEADER permette la comunicazione
e l'ascolto, ribadendo l'obiettivo, non
è detto che sia lui a trovare la
soluzione. Lui ha il compito di
indicare l'obiettivo.**