



Business esponenziale

Coaching & sharing: la filosofia alla base del *social networking* insegna ad accrescere il business moltiplicando contatti e risorse. Facciamo un esempio: un mio cliente di lunga data esprime il desiderio di allargare l'esperienza del coaching individuale (che gli è stata molto utile, ma ormai è agli sgoccioli) ai membri del management team (8 persone) e alle loro prime linee di riporto (altre 25 persone), ma ovviamente non ha budget sufficiente per singoli percorsi di coaching per tutti. Ed io, come coach, non potrei in ogni caso dedicare i prossimi "n" mesi a lavorare per una singola azienda. E comunque, dal punto di vista etico non sarebbe raccomandabile che un solo coach avesse contatti profondi con tutte queste persone, dal capo allo staff di seconda linea: alla fine potrebbe – seppur senza volerlo – influenzare qualche decisione. E come la mettiamo con la riservatezza? Qualche sospetto di fuga di notizie dal un gradino gerarchico all'altro potrebbe pure esistere.

La soluzione si fa strada velocemente nella mente strategica del coach, rapidamente in sintonia con il leader. Descriviamo insieme un potenziale progetto, poi pensiamo all'esecuzione.

Coach

Dunque: 8 leader appartenenti al management team. Che ne dici di utilizzare quello strumento di analisi comportamentale a 360° che ti era sembrato davvero azzeccato? (*ndr MRG LEA 360 www.mrg.com*) Affianchiamolo ad una tua definizione del "**leader ideale**" - sempre usando un questionario predisposto – ed abbiamo un ottimo punto di partenza e di coinvolgimento.

Leader

Giusto: il coinvolgimento. Come faremo a fare in modo che i manager non si sentano obbligati a partecipare? Io me lo sono scelto, il percorso di coaching, ne ho anche parlato con loro più volte, ma nessuno mi ha mai chiesto di replicare l'esperienza.

Coach

Organizziamo una mezza giornata di formazione alla leadership, parliamo del potenziale progetto che stiamo approntando per loro, chiediamo se sono interessati. Che ne pensi?

Leader

Mi sembra una buona idea. Ti seguo.

Coach (dialoghi riassunti per farla breve)

Allora, mezza giornata di informazione e coinvolgimento. Ognuno degli 8 manager compila il proprio questionario coinvolgendo capi (il leader attuale ed eventuali capi a matrice, anche internazionali), colleghi e collaboratori (almeno 4 o 5 persone per ogni canale comunicativo). A questo punto abbiamo bisogno di **coinvolgere altri coach** per restituire gli 8 feedback

individuali ed iniziare un seppure breve percorso di coaching individuale. Almeno altri 3 incontri ciascuno, uno per definire gli obiettivi, l'altro per stabilire piani di azioni dedicate, il terzo ed ultimo per concordare l'andamento dei cambiamenti decisi. Mettiamoci un'altra mezza giornata (**Team Coaching**), dopo il primo feedback, per scambio informativo tra i manager a proposito delle aree efficaci e di quelle zoppicanti (ognuno dichiara le proprie) allo scopo di migliorare la conoscenza reciproca. Un'altra mezza giornata alla fine del breve percorso di coaching per definire insieme ai manager come diffondere i concetti appresi agli altri 25 potenziali partecipanti ed organizzare insieme dei **group coaching**, che ovviamente sono meno impregnanti ma anche molto meno costosi. In seguito, potremmo progettare attività di **mentoring** incrociato sia per i 25 elementi futuri leader, sia per i nuovi arrivi in azienda. In questo modo si diffonde la modalità di coaching contenendo i costi.

Dal dire al fare

Bel progetto! Dove ci porta tutto ciò? Tanto per cominciare al fatto che per attuarlo ho necessità di coinvolgere altri colleghi, sia per le sessioni di coaching individuale che per quelle di team e group coaching. Poi da questo progetto, di cui mi occuperò in prima persona del monitoraggio e misurazione dei risultati, nonché della cura del cliente, potrebbero scaturirne altre attività (es: team building, training di sviluppo della leadership, ecc) che non sono tra le mie competenze migliori (o non rappresentano ciò che preferisco fare). Infine (ma senza dubbio i risultati sono ben di più) i colleghi coinvolti a loro volta mi potrebbero includere in loro progetti, e poi imparerò qualcosa dagli altri e scoprirò che ognuno ha delle specialità eccellenti, e poi daremo al cliente l'impressione di un team affiatato, del quale lui (il cliente) dirà: *"voglio essere capace anch'io di attivare e mantenere team di questo livello"* e la nostra collaborazione durerà a lungo nel tempo con altri ed altri progetti. Sembra una favola? Vi assicuro che non lo è: si tratta della realtà del **networking**, affiancato ad una **leadership consapevole**. Ma di questo (della leadership consapevole) ne parliamo un'altra volta.

Per un **business esponenziale**, cominciate a pensare in grande: non fossilizzatevi sul singolo percorso di coaching che state cercando di "vendere", non fermatevi di fronte al pensiero *"meglio non proporre ciò che non so fare"* e trasformate ogni contatto in **"cliente per sempre"**. Tanto sapete bene che di fianco a voi esistono colleghi preparati pronti a collaborare: l'importante è dichiarare le regole del business e siglare un ipotetico contratto *inter pares*, dove i ruoli siano chiari e definiti, le responsabilità e i compiti stabiliti, il feedback a portata di voce. D'altra parte, siamo coach, lo ricordate?