

Workshop ad alto impatto sociale

Come sai siamo psicologi del lavoro delle organizzazioni; in questi anni abbiamo lavorato in moltissime aziende, a valle di operazioni straordinarie, per accompagnare riorganizzazioni e facilitare processi di cambiamento. Inizialmente eravamo assessor, coach, formatori e facilitatori di workshop, ma gli interventi isolati non servono, bisogna agire sul sistema... ecco perché nel tempo abbiamo assunto il ruolo di consulenti, lavorando con tutta l'organizzazione. Per massimizzare la nostra efficacia abbiamo anche sviluppato degli strumenti ad hoc, nati per superare i limiti dei tipici strumenti di assessment e formazione HR, troppo teorici e astratti.

Il nostro metodo si basa sul project-based-learning ed utilizza la facilitazione tipica dei metodi attivi derivati dallo psicodramma per favorire aumento del livello di auto-consapevolezza e della meta competenza di apprendimento. Sono questi infatti i fattori di successo professionale che hanno in comune tutte le persone di successo che ho incontrato come assessor e coach: sapere chi sono e saper, in senso ampio, imparare (quella che tu chiami curiosità). Sempre queste competenze sono necessarie per condividere la responsabilità di un processo che diventa evolutivo piuttosto che di cambiamento.

L'obiettivo dei nostri workshop, prima di passare a una fase di confronto e ideativa per iniziative da realizzare come organizzazione, per ridefinire processi, strategie o ridisegnare l'organizzazione, è che le persone lavorino in sottogruppi per allenare le loro competenze e riscaldarsi al cambiamento.

Il modello psicologico cui ci riferiamo è quello della Curva dell'Efficacia Personale; una sintesi dei maggiori contributi in psicologia contemporanea e non solo, che descrive come le persone abbiano una sfera di massima efficacia potenziale al vertice di una gaussiana; l'arte sta nell'imparare ad accedervi per poi progressivamente estenderla. Come? Attraverso un workshop e i relativi debrief.





Paolo Lanciani

WWW.DLM-PARTNERS.EU

Ecco cosa succede nelle tre fasi principali dei workshop:

Fase 1: ai partecipanti viene presentato un caso reale, un problema concreto, di una non profit (potrebbe essere la Fondazione Buzzi); il loro compito è di usare le loro competenze professionali, le loro risorse o i loro contatti per risolverlo. Rispetto ad un business case classico le persone sono si muovono in un contesto di realtà, problemi veri, numeri veri, ma soprattutto stakeholder/persone vere! Una situazione resa motivante dal potenziale impatto positivo, ma non eccessivamente stressante e quindi in grado di mettere le persone nella loro area di efficacia (vedi la curva). Inoltre, si superare il vero grave limite di ogni business case, ance di quelli fatti con attori da Ambrosetti, si esce dalla finzione! Nessuno lavora da solo a un problema, ma lo fa consultando risorse e persone. E proprio le persone, con la loro disponibilità o meno, le loro altre priorità, i loro disallineamenti di obiettivi o valori, sono la vera sfida... quella che nelle simulazioni si perde. Questo è il primo vantaggio per l'organizzazione e i partecipanti.

Ed ecco il primo benefit per la comunità: La soluzione, realizzata secondo i vincoli definiti dal partner non profit in collaborazione col team di psicologi del lavoro che disegna la prova, viene consegnata al partner che può decidere se implementarla, profittando della competenza di professionalità normalmente al di fuori dalla loro portata.

Fase 2: La soluzione che i partecipanti hanno realizzato ha un costo, entro i limiti stabiliti dal mandato, in accordo con la committenza, in questo caso te. Ora i partecipanti dovranno guardare dentro la propria organizzazione, lo studio, e individuare delle potenziali efficienze in grado di produrre quella somma. Non possono andare in CSR a chiedere una donazione; devono trovare degli sprechi e rendere i processi o prodotti più efficienti. In questo modo sviluppano competenza e consapevolezza organizzativa.

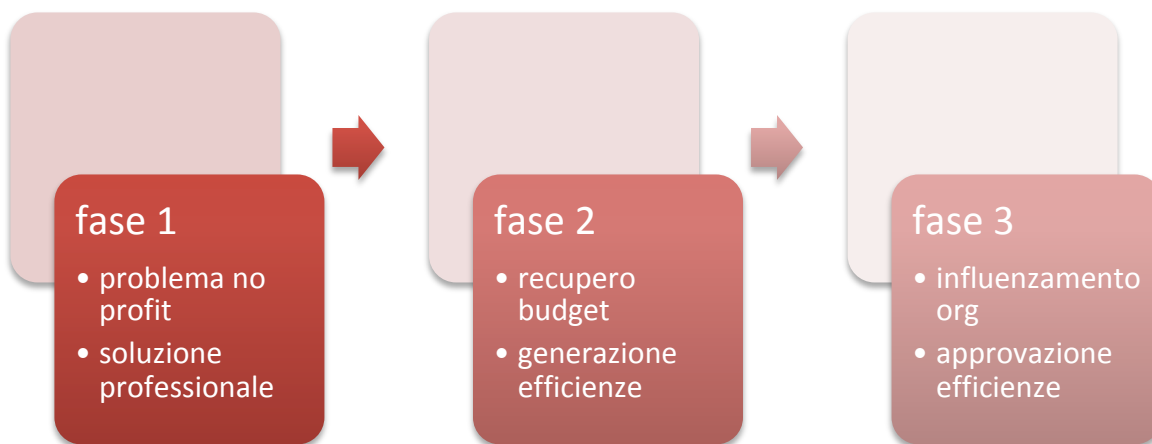


De Micheli Lanciani Motta - Psicologi del lavoro associati

Ed ecco il vantaggio per l'organizzazione: la donazione richiesta per finanziare la loro soluzione è una tantum, dal secondo anno l'efficienza diventa un guadagno per lo studio.

Fase 3: Ovviamente nessuno decide in autonomia: forti dell'esperienza della prima fase, motivati dal potenziale impatto della seconda, le persone sono pronte per espandere la propria area d'efficacia! Ora dovranno definire un piano d'influenzamento per presentare la loro ipotesi d'efficientazione ai propri stakeholder e aiutarli a implementarla concretamente.

Anche in questa fase, oltre all'esperienza di crescita delle persone, si genera un vantaggio molteplice per l'organizzazione, la comunità e i partner: si concretizza l'efficienza, si finanzia la soluzione per la fondazione, si rende più sostenibile lo studio (essendo l'efficienza per mandato connotata secondo logiche BCorp).



Ogni fase è accompagnata da un facilitatore che applica i principi dello stakeholder mapping e del decentramento percettivi per arricchire l'esperienza diretta con una meta-osservazione.

Ovviamente si tratta di una super sintesi che ha solo l'obiettivo di incuriosirti e farti intuire il potenziale dello strumento.