

COSA SERVE AD UNA AZIENDA OGGI?

UN COACH, UN FORMATORE O UN CONSULENTE?

Tempo di lettura 4 minuti

Queste tre figure hanno nicchie di mercato differenti?

Quando ero dall'altra parte della barricata e lavoravo all'interno delle aziende italiane ed estere, mi trovavo nella difficile scelta di capire qual era la giusta figura professionale per far crescere me e i miei collaboratori. Allora mi domandavo: è meglio un formatore teorico, capace di fornirci strumenti che poi noi avremmo applicato in azienda, oppure un coach, che nella relazione one-to-one facesse emergere i nostri talenti per migliorare le performance di gruppo o un consulente capace di individuare le perdite di processo all'interno del nostro team di lavoro e renderci maggiormente orientati al risultato?

Domande lecite e risposte difficili da dare, soprattutto quando le poni ad un imprenditore che sta vivendo le difficoltà legate a questo momento storico post pandemico. Con questo articolo voglio dare un preciso chiarimento a tutti quei grandi, medi e piccoli imprenditori, che vogliono trovare strumenti efficaci per superare la crisi e navigare poi in acque meno tempestose. Voglio far comprendere quale sia la differenza tra queste tre figure professionali: consulente, formatore e coach.

Sapersi differenziare e distinguersi

Trasferirò a tutti voi il mio contributo esperienziale, fatto di 20 anni da manager prima e nei successivi 18 da trainer, psico e business coach e consulente strategico. Dal punto di vista formale, etico e strutturale le tre figure vanno a soddisfare esigenze specifiche all'interno delle organizzazioni semplici e complesse. Ciò che le unisce è (o dovrebbe essere) la grande flessibilità operativa, la elevata capacità di capire dove ci sono le perdite di processo operativo e comunicazionale in un'azienda, la capacità di entrare in feeling con le persone a cui si offre il proprio servizio e dare a loro strumenti operativi pratici per risolvere le esigenze richieste e, ovviamente, portare risultato.

Provenendo dal mondo della ricerca ed in modo particolare di quella medica e per studi successivi, anche quella psicologica, paragonerò un'azienda, un imprenditore un coach ad un paziente a cui dare un piano terapeutico per migliorare il suo stato di salute.

Avere chiarezza in ciò che fai

Per questa ragione durante il consulto agisco con un protocollo di anamnesi che lavora sul piano logico, emotivo e viscerale: questo approccio, strutturato con domande ad apertura di risorse, aiuta a capire la reale utilità ed esigenza di un imprenditore, di un manager o di un direttore di risorse umane per individuare il miglior specialista (trainer, coach, formatore, consulente), capace di "sanare", "bonificare", "recidere", ciò che determina una bassa performance/produzione. Scegliere il "medico aziendale" adatto, emerge solo ed esclusivamente da un modello, da me ideato, che

prende il nome di: 4 Drive, che mi permette assieme a questionari e interviste strutturate, di individuare gli strumenti idonei per una cura efficace, efficiente e soprattutto rapida.

I problemi sono sempre gli stessi se hai una over wiew chiara

Solo se hai vissuto pienamente la vita aziendale, partendo dal basso e arrivando ai vertici, capisci dove si annidano i problemi, dove si hanno le perdite di processo che comportano la perdita e/o la riduzione dell'utile aziendale. Ora vediamo che peso e significato hanno le diverse figure:

- Il ruolo del **consulente aziendale**: è la parte fondamentale, è quello che fa l'anamnesi di base ed interviene sul problema, è quello che può decidere da quale specialista devi andare. Ovviamente deve essere un consulente "navigato" con anni di esperienza sul campo aziendale, sulla gestione dei gruppi complessi, esperto nel campo organizzativo e nella valorizzazione delle risorse umane. Individuate le perdite di processo, deve lavorare all'ottimizzazione dei processi nel rispetto e valutazione dei KPI (Key Performance Indicator è un indice dell'andamento di un processo aziendale). Le aziende possono necessitare anche del **consulente finanziari**, il ruolo è ovviamente diverso da quello del consulente strategico ed è ideale per quelle aziende che hanno bisogno di diversificare la loro redditività. Riassumendo: la caratteristica distintiva del **consulente aziendale** è che, eseguita l'anamnesi e presa visione dei problemi sa dove agire e soprattutto, decide cosa fare (in pieno accordo con l'AD e la proprietà) è dispone il da farsi.
- Il **coach** di certo non è un consulente, lo possiamo definire come il "preparatore atletico": il suo compito prevalente è capire quali sono gli elementi che impediscono all'imprenditore di migliorare le sue performance, aumentando l'area di confort ed eliminando i limiti strutturali delle credenze che la mente ci pone. Il lavoro del coach sull'imprenditore, titolare, AD, ha lo scopo di trasferire strumenti di leadership, di comunicazione efficace, di persuasione, di gestione e valorizzazione delle risorse umane, al fine di guidare con successo la propria squadra di persone, verso l'ottenimento del risultato e quindi al successo collettivo. Il consulente dà l'orientamento e ti spiega come arrivare al mare dove si può pescare, il coach ti insegna a pescare. Per fare tutto ciò il coach si avvale di strumenti comunicativi all'avanguardia, attraverso l'uso sapiente delle "super domande" (non sono domande aperte o chiuse, ma domande che bypassano la struttura superficiale del pensiero e vanno direttamente alla struttura profonda, dove si trovano le "giuste soluzioni"), trova gli spunti più adatti per studiare, con l'interessato, il giusto contesto per operare in totale sinergia, affinché sia lo stesso interessato a trovare la soluzione più ottimale per la sua attività. Individuato il piano operativo, diventa anche il fido scudiero (a tratti talebano) che stimola continuamente all'imprenditore a mantenere fede al piano d'azione stabilito che permetterà di raggiungere l'obiettivo prefissato. I coach di spessore sono quelle figure professionali ben conosciute nelle grandi aziende, e nelle piccole, perché la loro abilità di porre le giuste "super domande" (tecnica che si apprende dalla metodica messa a punto da me che prende il nome di NeuroComunicazione e NeuroNegoziazione) aiuta l'imprenditore, in un continuo brainstorming creativo, per portarlo poi alla strutturazione di un piano pragmatico di successo ricco di soluzioni ottimali.

- Il **formatore** è un'altra figura determinante nel risanamento aziendale, le sue competenze linguistiche e pratiche trasferite e calibrate in aula, permettono l'applicazione degli strumenti operativi da parte di tutti. Il formatore conosce gli argomenti da trattare e prepara le risorse umane al ruolo che dovranno ricoprire. La domanda che ci dobbiamo porre è questa: ci sono figure che possono essere in grado, a seconda della situazione, di fare prima il consulente, poi il coach ed infine il formatore? Una persona così potrebbe essere o apparire come un tutto fare? La risposta è Sì. Risposta che è legata al background alla persona, alla sua esperienza manageriale, alla formazione che ha fatto, al numero di ore di aula eseguite, ai risultati che ha portato nelle aziende, alla credibilità che ha sullo specifico mercato in cui opera. Pensando sempre alla metafora riguardante la medicina, se sei oggi un primario di un reparto, significa che sei diventato prima un medico, poi uno specializzando, poi negli anni acquisendo esperienza ti sei guadagnato i gradi, che ti hanno portato ad essere primario.

L'esperienza e lo studio continuo fanno la differenza

Nei quasi 40 anni di lavoro, ho svolto molte mansioni all'interno dell'azienda, passando da venditore, a responsabile di area, a direttore delle vendite, a direttore generale fino a diventare amministratore delegato. In questi 40 anni, ho studiato molto, ho fatto corsi presso SDA Bocconi nel marketing e nella gestione delle risorse umane, ho acquisito un master in PNL, uno in ipnosi, ho sentito il dovere di prendere una seconda laurea in psicologia specializzandomi in malattie psicosomatiche, che mi ha aiutato a comprendere sempre di più le persone che lavorano in azienda. Ho creato modelli innovativi come la DRIVERSHIP, la NeuroComunicazione, la NeuroNegoziazione, il pentagramma dell'Identità, ho ricercato e trovato sistemi per entrare in empatia, capendo il lato negoziale /seduttivo di ogni individuo, ho scoperto il significato delle asimmetrie del viso, il significato di ogni ruga e forma del viso. La mia vita aziendale, mi ha insegnato ad individuare problemi, la formazione mi ha dato strumenti di coaching e la mia esperienza di aula di oltre 30.000 ore mi ha aiutato a capire le persone e portarle diritte al successo.

Assieme possiamo costruire il successo della vostra azienda o se siete dei liberi professionisti farvi diventare leader del vostro settore.

Non esitate a contattarmi.

Amadeo Furlan