

Notizie

Coach, arriva l'allenatore in ufficio



*Dalla formazione in aula al "one to one": ecco una professione sempre più richiesta. Aiuta i clienti a incrementare conoscenze e performance e a migliorare la qualità della vita. E' il coach, figura nata negli Usa che si sta sviluppando sempre più anche in Italia. A colloquio con Sheyla Rega (Lody srl) e Marina Osnaghi (presidente della Federazione italiana coach). **3 regole d'oro:** per essere un buon coach. **Diventare coach: l'importanza delle formazioni. Istituti certificati: la mappa***

di Chiara Vergano

Dalla "maieutica" socratica al coaching. L'accostamento potrà forse sembrare irriverente alle orecchie di filosofi e umanisti, ma un contatto tra le due pratiche c'è: è l'aiuto dato alla persona (nel caso dell'azienda, al manager, al dirigente) per far "emergere" risposte e soluzioni a determinate situazioni o problematiche, per dare il meglio di sé.

Ma quando e dove nasce il "moderno" coaching, ovvero il rapporto di partnership che si crea tra coach e cliente con l'obiettivo di aiutare quest'ultimo a ottenere risultati ottimali sul piano sia lavorativo che personale? "Negli Stati Uniti, intorno agli anni '80 - racconta Sheyla Rega, che insieme a Roberto Lodovici dirige Lody Srl, società di consulenza, formazione e coaching - . Il termine viene preso direttamente dal mondo dello sport, dove il coach è l'allenatore, colui che riesce a tirare fuori il meglio dei giocatori, che conosce le loro debolezze, ma li porta ad affrontare le sfide nelle migliori condizioni". Il coach nasce per una relazione one to one; ma qual è la differenza rispetto a un "normale" consulente? In sintesi, "il consulente va nell'azienda che l'ha contattato, ascolta qual è il problema (o i problemi), ci lavora su, identifica la soluzione e la propone. Il coach invece non dà la soluzione, ma aiuta il cliente a trovarla. Questo perché - spiega Sheyla Rega - in genere le persone tendono a vedere una determinata situazione dallo stesso punto di vista. Il coach opera perché le cose vengano considerate anche da prospettive diverse. E', in sostanza, una guida, che aiuta a individuare i benefici e gli ostacoli".

Sheyla Rega ha studiato economia sia in Francia che in Italia; qui si è laureata all'Università Bocconi. Associata all'International coach federation e alla Federazione italiana coach, è co-autrice del libro "Dal business coaching al coaching etico", edito da Franco Angeli (2004). Una situazione "tipo" per cui si richiede l'intervento del coach? "Ad esempio, quello del manager che fa carriera e diventa dirigente. Se prima si rapportava con pochi collaboratori, ora deve gestire un team, magari di una ventina di persone, e ha maggiori responsabilità. Nella persona può insorgere insicurezza per il nuovo ruolo che l'aspetta, e il coach può aiutarla a trovare i punti di forza. Ma attenzione: il coach non è lo psicologo. Nel coaching si osserva la situazione attuale del cliente, quella di partenza, e si definisce ciò che lui è disposto a fare per raggiungere la meta futura".

Ma a che punto è il coaching in Italia? "Un po' indietro rispetto al resto d'Europa. Per ora il coach opera soprattutto nelle multinazionali, e in grandi aziende, ma non in tutte. Personalmente, lavoro anche con alcune piccole aziende, con la seconda generazione di imprenditori; il coach è comunque una figura che si sta diffondendo sempre di più, anche perché risulta essere molto più efficace un percorso individuale, rispetto alla formazione in aula. Insomma, è un mercato in espansione". Ma come si diventa coach? "La maggior parte ha una laurea, non necessariamente in Economia e commercio. L'importante, poi, è fare una scuola di coaching e aver maturato una forte esperienza del mondo aziendale. Un neo-laureato, per esempio, non è adatto a fare il coach; in genere, si comincia a praticare questa professione non prima dei 35-40 anni".