

Promuovere e vendere il coaching nelle organizzazioni: input efficaci per avere successo

di Paola Lunghi* e Sheyla Rega**

Parlare di coaching nelle organizzazioni accade spesso. Ragionare su come promuoverlo e su come acquistarlo è una modalità sfidante di approccio ed è quella adottata nel workshop AIF che ha avuto luogo lo scorso 16 ottobre a Milano¹. Un evento dedicato agli specialisti delle risorse umane che si trovano spesso nella condizione di acquistare coaching, ma anche counselling, oppure riflettere su percorsi di mentoring o su attività di tutoring. Questo si traduce nella prassi lavorativa nella necessità di identificare la soluzione e la modalità applicativa migliore in base ai bisogni organizzativi.

Uno spazio del workshop è stato dedicato alla presentazione di una possibile definizione di counselling, mentoring, tutoring. L'analisi delle loro caratteristiche ha portato ad evidenziare quanto il mentoring e il tutoring siano vicini tra loro mentre il counselling evidenzia molte similitudini con il coaching quando applicato in un contesto organizzativo.

Al coaching, definito come “una metodologia focalizzata sul miglioramento della performance e sullo sviluppo del potenziale di singoli o di team, basato su una tecnica di colloquio e su un processo di miglioramento continuo a piccoli passi” è stato dedicato maggior spazio di analisi. Nell'ambito del dialogo sviluppatosi in aula si è sostenuto come esistano due grandi filoni di coaching: quello americano e quello

* Background professionale nella formazione e sviluppo organizzativo, ha condotto molteplici esperienze di business coaching e counselling. E' specializzata in counselling psicosociale con un orientamento all'analisi transazionale. Oggi opera in una multinazionale in cui affianca la conduzione di percorsi di counselling organizzativo. E-mail : paola.lunghi@yahoo.it

** Amministratore della Lody srl, ha un background professionale internazionale ed un'ampia esperienza nel campo della formazione manageriale e del business coaching. Dal 2000 svolge l'attività di business coach sia in Italia che in Francia. E' membro di diversi network europei di coach professionisti. E-mail: srega@lody.it

¹ Workshop organizzato da AIF Lombardia, presso la sede dell' IREF. Progettazione: Paola Lunghi, Sheyla Rega. Coordinamento: Renato Bisceglie (Presidente AIF Lombardia)

europeo. Il primo è fortemente orientato alla performance e ai risultati, mentre il secondo si focalizza soprattutto sul processo e sulla consapevolezza: non a caso alcuni coach hanno una formazione di Analisi Transazionale. Il coaching europeo emerge come un punto di incontro tra counselling e coaching dove la dimensione relazionale ricopre una parte fondamentale.

Il workshop ha dato grandi spazi alle interazioni con i partecipanti. Questo è accaduto nell'esercitazione che ha fatto riflettere su quando ricorrere al coaching (in termini di bisogni di natura organizzativa), sui benefici del coaching (non solo benefici individuali ma per l'intera organizzazione) e sui possibili destinatari (dai top Executive al middle manager arrivando alla rete vendita).

Si è poi passati all'aspetto fondamentale del workshop ossia a proporre contenuti sul processo di coaching applicato nelle organizzazioni concentrandosi proprio sul processo di acquisto – vendita.

La modalità adottata è stata quella di ripercorrere tutte le fasi di un processo di coaching, approfondendone caratteristiche, criticità, aspetti a cui porre attenzione. Un significativo rilievo è stato dato al tema del contratto (pluricontratto tra capo, coach, coachee e funzione HR) nonché alle variabili del contratto e alla modalità migliore per recepirle al fine di farne una parte vincente del processo di coaching. Nel contratto oltre alla stipula degli obiettivi, dei criteri di valutazione del percorso, della modalità/durata del percorso, della clausola sulla riservatezza dei contenuti è stato evidenziato l'importanza di esplicitare il potere decisionale dell'intero processo. Un'altra criticità emersa è stata quella della ricerca dei KPI (keys performance index) i quali devono essere il più possibili mirati, per necessità dell'organizzazione, agli obiettivi di cambiamento richiesto al coachee. Una grande attenzione infine è stata dedicata al momento della conclusione del percorso ed alla sua valutazione, evidenziando le diverse modalità di fornire un feedback all'organizzazione con i loro limiti ed i loro pregi.

L'esperienza del workshop è stata molto ricca di apporti e stimoli e la sfida di offrire spunti di riflessione innovativi ai professionisti di HR su un tema già dibattuto quale quello del coaching è stata accolta con molto entusiasmo dai numerosi partecipanti.