

**Leadership e motivazione:
le modalità di colloquio
con le risorse**

www.formulacoach.it



Obiettivo:
trovare 3 insegnamenti
utili
da questa ora
trascorsa insieme.

Parliamo di Leadership

Cos'è una bussola?



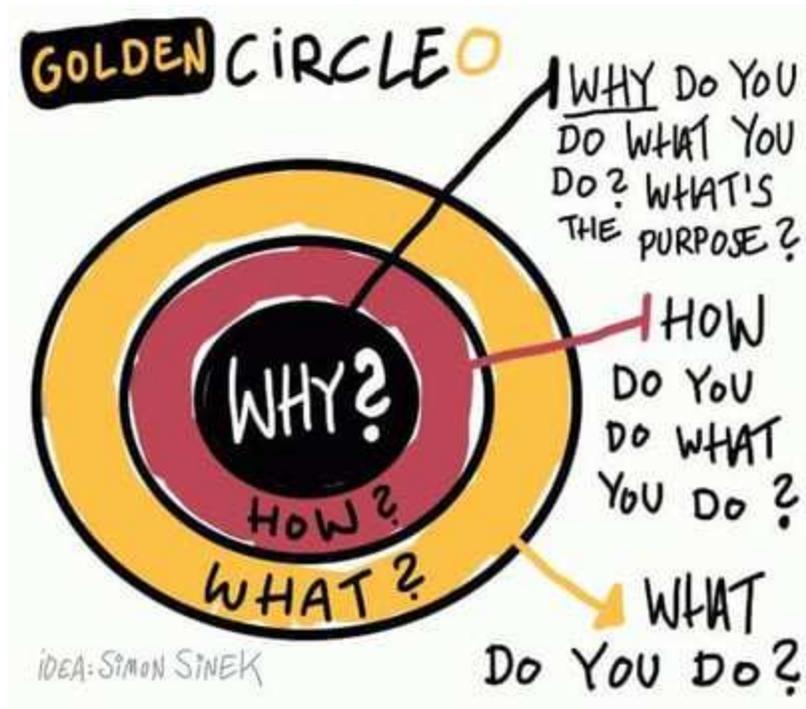
Parliamo di Leadership

A cosa serve la bussola?

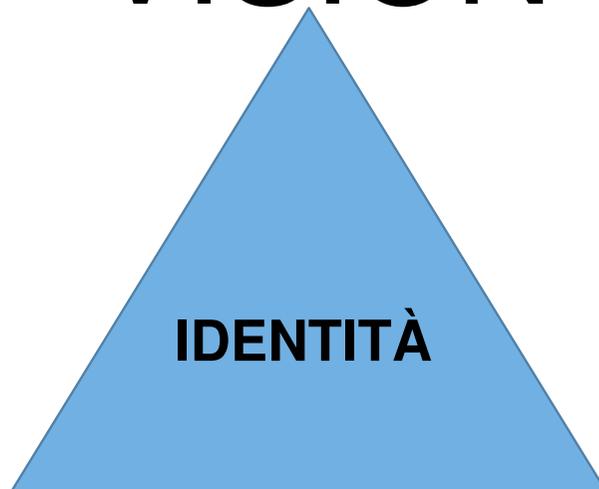


BUSSOLA AZIENDALE





VISION



MISSION

VALORI

WHY = PERCHÉ IL TUO BUSINESS ESISTE

- Qual è lo scopo del tuo marchio?
- Perché fai quello che fai per i tuoi clienti?
- Quali marchi hanno un'identità importante?
- Cosa li rende interessanti?
- Quale è la parola/la qualifica/l'identità che meglio descrive la tua azienda?

HOW - ELEMENTO DISTINTIVO DI VALORE

- In che modo lo fai?
- Come lo offri?
- Come esprimi il tuo perché nei tuoi servizi/prodotti?
- In che modo il tuo prodotto e/o processo produttivo è unico?
- in che modo aiuterà i tuoi clienti?
- Quali problemi stai risolvendo per i tuoi clienti, quali sfide stai aiutando a superare?

WHAT – QUALI SONO I SERVIZI/PRODOTTI CHE OFFRI

- Cosa offri ai tuoi clienti?
- Cosa offrirai in più o di diverso ai tuoi clienti?
- Quali fra i tuoi prodotti o servizi sono coerenti con il tuo perché?

MISSION

- Cos'è per te la MISSION ?



La Mission è uno scopo superiore che spinge all'azione, non solo è ciò che l'azienda fa, ma è perché lo fa.

La missione aziendale è quella che, trasmessa all'esterno, ispira le persone a far parte dell'azienda o a diventarne clienti; è l'identità del brand e risponde a domande del tipo:

- Perché hai creato l'attività?
- Perché la gente dovrebbe acquistare da te?

Esempi di Mission:

- ____: creare innovazioni nello sport, rendere i nostri prodotti sostenibili
- ____: aiutare ogni persona ed organizzazione nel mondo ad ottenere di più
- ____: lottiamo per offrire ai nostri clienti il minor prezzo possibile, la miglior selezione e la massima convenienza
- ____: migliorare e promuovere la sicurezza negli sport dinamici
- ____: aiutiamo le persone a vivere meglio, portando ogni giorno nella loro vita il benessere e la gioia del mangiar bene
- ____: vogliamo essere, nel mondo, punti di riferimento della cultura e dell'eccellenza del caffè. Un'azienda innovativa che propone i migliori prodotti e luoghi di consumo e che, grazie a ciò cresce e diventa leader dell'alta gamma

Esempi di Mission:

- Nike: creare innovazioni nello sport, rendere i nostri prodotti sostenibili
- Microsoft: aiutare ogni persona ed organizzazione nel mondo ad ottenere di più
- Amazon: lottiamo per offrire ai nostri clienti il minor prezzo possibile, la miglior selezione e la massima convenienza
- Dainese: migliorare e promuovere la sicurezza negli sport dinamici
- Barilla: aiutiamo le persone a vivere meglio, portando ogni giorno nella loro vita il benessere e la gioia del mangiar bene
- Illy: vogliamo essere, nel mondo, punti di riferimento della cultura e dell'eccellenza del caffè. Un'azienda innovativa che propone i migliori prodotti e luoghi di consumo e che, grazie a ciò cresce e diventa leader dell'alta gamma

VISION

Cos'è per te la VISION ?



La visione aziendale è la proiezione futura dell'azienda, è il macro obiettivo strategico, ciò che la tua azienda vuole diventare, è la strategia aziendale a 3 anni

Spesso alla domanda “dove e come vedi l'azienda tra 3 anni?” la risposta più comune è “faccio programmazione a 3-6 mesi in questo periodo”. Ma senza una meta finale, un traguardo da raggiungere, non saprai cosa allenare e quanto, non ci sarà una misurazione dettagliata o un piano di azioni orientato al risultato desiderato.

Quindi, in parole semplici, possiamo affermare che la visione è il traguardo mentre, la missione è il mezzo utilizzato per raggiungerlo.

Esempi di Vision:

- _____: accelerare il passaggio all'energia sostenibile
- _____: vogliamo essere l'azienda che mette al centro i nostri clienti i quali possono trovare e scoprire qualsiasi cosa vogliono comprare
- _____: vogliamo essere punto di riferimento nella diffusione della tradizione gastronomica e della cultura mediterranea, senza alcun compromesso su etica e qualità, nel rispetto dell'ambiente e delle persone

Esempi di Vision:

- Tesla: accelerare il passaggio all'energia sostenibile
- Amazon: vogliamo essere l'azienda che mette al centro i nostri clienti i quali possono trovare e scoprire qualsiasi cosa vogliono comprare
- Olio Carli: vogliamo essere punto di riferimento nella diffusione della tradizione gastronomica e della cultura mediterranea, senza alcun compromesso su etica e qualità, nel rispetto dell'ambiente e delle persone

CARTA DEI VALORI

Cos'è per te la CARTA DEI VALORI ?



La carta dei valori è la bussola per prendere le decisioni interne ed esterne.

A differenza di mission e vision, la carta dei valori serve a chiarire chi sia l'azienda oggi e qual sia la cultura al suo interno.

Perché è fondamentale? Perché crea il senso di appartenenza al gruppo, perché permette a tutti di essere allineati alla stessa filosofia, perché rende unica l'impresa permettendo di attirare e trattenere talenti, perché incoraggia la trasparenza e offre un senso di sicurezza, permettendo ai collaboratori di avere qualcosa di tangibile a cui aggrapparsi.

• affabilità	• dedizione	• lealtà	• responsabilità sociale
• affermazione	• determinazione	• lungimiranza	• rispetto
• ambizione	• diplomazia	• miglioramento continuo	• semplicità
• apertura mentale	• disciplina	• onestà	• serenità
• appartenenza	• disponibilità	• onore	• servizio
• armonia	• eccellenza	• operosità	• sfida
• autonomia	• efficienza	• orientamento al cliente	• sicurezza
• autorevolezza	• empatia	• ottimismo	• sincerità
• comunicazione	• entusiasmo	• passione	• socievolezza
• coinvolgimento	• equilibrio	• pazienza	• soddisfazione
• collaborazione	• equità	• perseveranza	• soddisfazione del cliente
• competenza	• estetica	• precisione	• spirito di squadra
• competizione	• fedeltà	• prestigio	• spontaneità
• condivisione	• fiducia in se stessi	• professionalità	• stabilità
• coraggio	• fiducia negli altri	• prosperità	• successo
• correttezza	• forza	• prudenza	• tolleranza
• cortesia	• generosità	• puntualità	• tradizione
• creatività	• impegno	• qualità	• tranquillità
• credibilità	• innovazione	• rapporti umani	• trasparenza
• crescita dei collaboratori	• integrità	• razionalità	• umiltà
• crescita personale	• intraprendenza	• realizzazione	• unione
• cultura	• leadership	• responsabilità	

LEADER AMATO

“Se gestisci persone e devi condurle verso una **meta**,
è essenziale instillare in loro la **motivazione** necessaria,
per proseguire nelle attività con **entusiasmo**,
passione e spirito d'**iniziativa**.”

Farsi amare conta 1000 volte di più che farsi temere.

Tutto comincia da te:

puoi trasformare i tuoi punti Forti in punti di una Forza prorompente.
Puoi proteggere i tuoi punti deboli delegando o allenandoti di più”

Daide Malaguti



INTELLIGENZA EMOTIVA

Autogestione (self management)

Un leader per primo deve essere in grado di guidare sé stesso.
L'autogestione deve essere indirizzata in particolar modo alle emozioni, dato che queste sono le chiavi per aprire le porte del cuore e della mente delle persone.

- **ASSUMITI** le tue responsabilità
- **NON AGGRAPPARTI** agli alibi



INTELLIGENZA EMOTIVA

Empatia: ovvero la capacità di “*sentire*” gli altri

consente a chi la possiede di capire come le persone vedono il mondo e per questo sono in grado di comunicare con loro ed ispirarle e motivarle;
permette di comprendere come una persona si sente in un determinato momento.

INTELLIGENZA EMOTIVA

Il leader regala un senso di sicurezza e protezione a chi lavora.

“Cosa posso fare per aiutarti?”

è la domanda che un leader dotato di interessamento empatico dovrebbe porre ai propri collaboratori.



INTELLIGENZA EMOTIVA

**IL LEADER sa ascoltare, motivare,
comunicare, convincere, ispirare.**

**IL LEADER è quello che ottiene il meglio
da sé e dagli altri.**



Cosa vuol dire motivare?

ESSERE CAPACI
DI FAR DIMOSTRARE
A CHI CI STA INTORNO
LA PROPRIA COMPETENZA



SCOPERTI
SVILUPPATI
SOSTENUTI
PROTETTI

INCONSAPEVOLMENTE INCAPACE

CONSAPEVOLMENTE INCAPACE

CONSAPEVOLMENTE CAPACE

INCONSAPEVOLMENTE CAPACE



METE

Qual è il livello più alto di motivazione?

SOLDI
Carriera
Fama



Il livello più alto di motivazione

**IL SENSO DEL DOVERE,
IL SENTIRSI UTILI PER QUALCUNO**



MOTIVARE

**Sai cosa desiderano
e cosa motiva
le persone intorno a te ?**



**Pieno apprezzamento per
il lavoro svolto
Coinvolgimento nei problemi
del gruppo di appartenenza
Interessamento per i
problemi personali**

ESERCITAZIONE

Scegli 3
collaboratori/colleghi/amici/famigliari
e scrivi quali sono i
3 motivi per i quali **LI STIMI**



Il colloquio di elogio

1. Fissare l'**orario** di incontro con la persona.
2. Comunicare alla persona **tre punti per i quali la si stima**.
3. Comunicare alla persona la propria **approvazione** citando esattamente l'accaduto.
4. Elencare le **ricadute positive** che la situazione ha generato.
5. Chiedere quali sono le **3 lezioni** che ha imparato in questa situazione.
6. Congedare la persona con una stretta di mano comunicando sia in modo verbale che in modo non verbale la propria **stima** con l'invito a continuare così.

Il colloquio di rimprovero

1. Fissare l'**orario** di incontro con la persona.
2. Comunicare alla persona **tre punti per i quali la si stima**.
3. Comunicare alla persona la propria **delusione** citando esattamente l'accaduto.
4. Elencare le **ricadute negative** che la situazione ha generato o avrebbe potuto generare.
5. Chiedere quali sono le **3 lezioni** che ha imparato in questa situazione.
6. Ribadire alla persona la propria **fiducia**, nella certezza che una situazione del genere non abbia più a succedere.

**Hai trovato
3 insegnamenti
utili
da questa ora
trascorsa insieme?**

**Se Sì,
quali sono
le 3 azioni
che da domani
andrai a compiere?**

**Leadership e motivazione:
le modalità di colloquio
con le risorse**



www.formulacoach.it