



Animazioni Innovative




Animazione di grandi gruppi



Applicazioni

- Per accelerare i grandi cambiamenti aziendali
- Per assorbire i momenti di crisi e dare un nuovo slancio
- Per mobilitare un gruppo con interessi comuni (HR, commerciale, supporto, managers, ecc.) verso un obiettivo condiviso
- Per utilizzare la forza creativa di un collettivo come acceleratore di crescita
- Per introdurre una metodologia di formazione con un impatto globale, effetti rapidi (formazione di grandi gruppi, per esempio a tecniche manageriali) e costi contenuti. Invece di un animatore per ogni gruppo di 8-10 persone, due animatori per un gruppo di 40-50 persone.



Perché incontri con numerosi
partecipanti?

Diversità e massa critica

Animiamo grandi gruppi perché:

- > maggiore la diversificazione del gruppo e più sarà rappresentativa dell'unità considerata
- > più l'intervento è urgente, maggiore deve essere il numero di persone coinvolte per disporre rapidamente di una massa critica di attori del cambiamento.

Nos convictions

- > La dimensione dei gruppi moltiplica l'energia individuale e collettiva
- > Se il processo di gestione dell'evento è gestito correttamente, questa energia consente :
 - di ottenere risultati concreti adeguati alla situazione, al contesto e all'unità considerata
 - di lasciare un vivo ricordo in ciascuno dei partecipanti tale da moltiplicarne gli effetti nell'unità dopo il seminario.

L'imgo di gruppo

Vantaggi dei grandi gruppi:

- > per spingere al cambiamento gli individui devono pensare al proprio gruppo come una forza ("insieme ce la faremo"), uno stimolo ("se gli altri ce la fanno, anch'io ce la farò"), una comunità ("ci aiuteremo a vicenda").
- > Questa deve essere l'immagine del gruppo : piú questa è forte e piú l'individuo si convince di potere cambiare

Inconvenienti dei gruppi di piccola dimensione:

- > per nostra esperienza decennale, nell'ultimo giorno di seminario i partecipanti si chiedono : "come faccio a cambiare se il mio contesto non reagisce?"; "devo attendere che tutti siano formati per iniziare a mettere in pratica quanto appreso?". Da ciò scoraggiamento, senso d'impotenza, d'ingiustizia ("io sono tenuto a cambiare, e i miei capi?").

Coinvolgere i partecipanti

Vantaggi :

- > il programma proposto è esaustivo e denso : suggeriamo di fare una scelta in modo che i nostri consigli siano utili ed effettivamente applicati
- > va evitato un eccesso di nozioni che soffochi la riflessione e di conseguenza l'assimilazione degli insegnamenti impartiti
- > parleremo piú avanti dell'Open Space dove ciascun partecipante ha modo di addestrarsi sugli argomenti da approfondire
- > la scelta deve puntare a necessità reali, a eliminare tempi morti, a coinvolgere i dirigenti
- > i partecipanti affronteranno argomenti come: Il manager visto come elemento essenziale dalla motivazione dei propri collaboratori; il manager nella valutazione dei collaboratori. I consulenti potranno intervenire sia per animare la discussione sia per fornire chiarimenti sugli argomenti trattati.
- > ciascun partecipante svilupperà unicamente gli argomenti che lo riguardano anche se, per effetto del grande numero, altri ne verranno trattati e quindi, all'occorrenza, ognuno saprà di poter contare su svariate competenze.



Metodi di animazione

Criteri di scelta

!!! La metodologia deve essere al servizio della finalità prefissata.

Preconizziamo una scelta metodologica solo dopo aver integrato il senso del nostro intervento.

Scegliamo e adattiamo i nostri metodi a seconda :

1. degli obiettivi del nostro cliente
2. della cultura aziendale e delle specificità dei partecipanti
3. dei processi nei quali si svolge il nostro intervento: cambiamento, motivazione del personale, trasversalità, comportamento dei dirigenti, riunioni aziendali, riorganizzazione
4. dei partecipanti
5. dei risultati attesi
6. dei vincoli di spesa ...

Li adeguiamo :

- secondo le richieste dei clienti,
- per proporre ai partecipanti un ambiente con un nuovo modo di pensare, piú flessibile, tale da potenziarne le capacità
- conformando l'animazione per renderla piacevole, conviviale e mobile.

Open-Space

Scopo :

I partecipanti si identificano nel cambiamento e lo promuovono

Interessati :

Un gruppo incisivo per affrontare un cambiamento profondo – da 30 a 200 partecipanti informati degli obiettivi da raggiungere e dei problemi da risolvere

Svolgimento :

I partecipanti devono proporre soluzioni, provocare decisioni e impegnarsi collettivamente e individualmente ad applicarle con un processo collettivo aperto, dinamico, fluid, che permetta a ciascuno di esprimersi; coinvolgente, pur lasciando la libertà a ciascun partecipante di scegliere gli argomenti da affrontare e i contributi personali.

1. La domanda posta dal cliente decisionario
2. scelta dei temi indicati dai partecipanti
3. gruppi di lavoro con verifiche sistematiche per accertarne la coesione
4. decisioni prese in tempo reale

Durata :

ideale un giorno e mezzo residenziale; minimo un giorno

Valore aggiunto per il gruppo :

- > argomenti sui quali i partecipanti sono attori
- > decisioni in tempo reale
- > accelerazione della messa in pratica delle decisioni e dei piani di attuazione da parte della direzione
- > resoconto in tempo reale

Search Conference

Scopo :

- > consapevolezza dei partecipanti sui cambiamenti
- > decidere insieme sui cambiamenti
- > definire i piani di attuazione

Interessati :

gruppo dirigenziale in procinto di affrontare un grande cambiamento – da 30 a 200 partecipanti

Svolgimento :

- > dati rilevanti del passato sia esterni che interni
- > cosa cambierà, e come : diversi scenari possibili
- > cosa succede se il gruppo dirigenziale non evolve? e se evolve?
- > quali aspettative reciproche nel gruppo dirigenziale?
- > piani per fare proprio il cambiamento e trasmetterlo

Durata :

da un giorno e mezzo a tre giorni, residenziali

Valore aggiunto per il gruppo :

- > ciascun membro riflette sul proprio passato; si rafforza scoprendo un linguaggio comune. I nuovi inserimenti partecipano ai lavori con la loro visione nuova o esterna
- > la consapevolezza dei cambiamenti necessari per adeguarsi alle condizioni esterne comporta mutamenti negli atteggiamenti e nei comportamenti dei partecipanti
- > decisioni in tempo reale
- > resoconto in tempo reale

Forum strategico

Scopo :

- > definire in gruppo le strategie da adottare di fronte alla complessità e ai mutamenti nelle condizioni esterne
- > prendere decisioni in tempo reale

Interessati :

Gruppo dirigenziale che deve affrontare un grande cambiamento – da 30 a 200 partecipanti

Déroulement :

- > Apertura : i partecipanti commentano e assimilano svariate informazioni esterne e/o interne
- > Focalizzazione : il lavoro sugli scenari futuri porta i partecipanti a meglio definire la strategia
- > Piano d'azione : i partecipanti elaborano piani d'azione giovandosi dello stimolo del cambiamento

Durata :

Da un giorno e mezzo a tre giorni, residenziali

Valore aggiunto per il gruppo :

- > apertura sui punti di vista di personalità esterne all'azienda
- > stabilire un linguaggio comune
- > decisioni in tempo reale
- > resoconto in tempo reale

World Café

Scopo :

- > condividere le conoscenze, stimolare la creatività, esplorare nuove vie
- > coinvolgere i partecipanti in scambi intensi, indipendentemente dal grado di reciproca conoscenza
- > approfondire la ricerca e la condivisione nelle sfide da affrontare
- > approfondire il grado di comunicazione nel gruppo
- > avviare un effettivo dibattito

Interessati :

qualsiasi tipo di gruppo: in una unità, tra diverse unità e anche con apertura all'esterno dell'azienda (clienti, fornitori, soci)

Svolgimento :

1. introduzione: l'animatore presenta la questione posta ai partecipanti
2. diversi giri di scambi di opinioni tra i partecipanti suddivisi in gruppi di sei attorno a un tavolo; a ogni giro i partecipanti cambiano gruppo
3. i diversi punti di vista vengono affissi sulle pareti del locale
4. l'ultimo giro è dedicato alla sintesi

Durata :

Mezza giornata o un giorno

Valore aggiunto per il gruppo :

- > apertura a pareri di personalità esterne all'azienda
- > espressione libera e dettagliata di ciascun partecipante
- > porre in evidenza, su problemi complessi, le linee di forza e i mezzi per risolverli

Logistica

Un'unica sala per tutta la durata del seminario

- > 4 mq per partecipante
- > illuminazione naturale
- > tavoli rotondi o esagonali facilmente spostabili per sei partecipanti ciascuno
- > possibilità di affissione su tutte le pareti della sala
- > lavagne a fogli mobili per ciascun tavolo
- > pennarelli, post-it, fogli di diverse misure

Inoltre :

- > azioni per rendere piú disinvolto il rapporto tra partecipanti
- > bevande e spuntini
- > ufficio con telefono, fax, internet, posta elettronica, fotocopiatrice, cancelleria
- > possibilità di rilassamento : sport, giornali, giochi

Animazione di gruppi dalle 30 alle 8-10 persone



Applicazioni

- Ascolto collettivo :
 - > Per superare rapidamente un momento di crisi (cambiamento organizzativo, risultati non conformi, crisi di settore, ecc.)
 - > Per risolvere i conflitti

- Good to Great :
 - > Per innovare la strategia aziendale
 - > Per trovare soluzioni di rentabilità

Ascolto collettivo

Scopo :

- > accompagnare gruppi di fronte a una crisi importante affinché le superino rapidamente
- > creare una comunità solidale, aperta alle idee di ciascuno

Interessati :

Gruppi di lavoro, squadre costituite, da 10 a 30 persone

Svolgimento

- > introduzione : l'animatore spiega cosa si attende dai partecipanti
- > ciascun partecipante può prendere la parola, senza limitazioni di tempo
- > l'animatore incoraggia gli interventi, modera e prepara la sintesi

Durata :

Da due a tre incontri di tre ore

Valore aggiunto per il gruppo :

- > effettivo lavoro di ascolto
- > consolidamento
- > decisioni originate dal consenso e condivise

Good to Great*

Scopo :

- > superare convinzioni e limiti
- > puntare a una reale differenziazione sul proprio mercato
- > adottare una visione semplice ed efficace della missione aziendale
- > passare da *buono* a *eccellente*

Interessati :

Un gruppo dirigenziale che vuole mettersi in discussione

Svolgimento :

1. presentazione di fatti concreti sui quali aprire il dibattito
2. riflettere a quanto l'azienda può fare meglio della concorrenza ("strategia del Porcospino");
3. evidenziare gli elementi critici per la redditività dell'azienda;
4. proporre un progetto atto a mobilitare il personale
5. piano operativo

Durata :

Da un giorno e mezzo a tre giorni, residenziale

Valore aggiunto per il gruppo :

- > ripensamento del suo funzionamento
- > semplificazione del quadro di riferimento
- > attuazione di un progetto di mobilitazione dei dipendenti

Co-development



Applicazioni

- Per creare una coscienza manageriale
- Per risolvere problemi manageriali
- Per incrementare la leadership individuale e collettiva
- Per trovare soluzioni : per esempio, migliorare le relazioni HR-line

Il Co-development

- Definizione :
 - > tecnica di coaching di gruppo che consente ai partecipanti di trovare soluzioni ai problemi presentati e, nel contempo, imparare ad ascoltare e portare a utili riflessioni.
- Caratteristiche :
 - > otto-dieci persone che si propongono di condividere le esperienze di lavoro per incrementare la propria efficacia professionale
 - > riflettono sui problemi emersi e ne discutono
 - > gli incontri, per essere validi, devono inserirsi in una struttura che faciliti gli scambi e riveli le risorse di ciascuno.

Il Co-development (seguito)

- I migliori manager hanno gli stessi problemi degli altri: la differenza sta nella loro capacità di
 - > porsi i problemi e analizzarli
 - > aprire discussioni su di essi per addestramento e sviluppo sia individuale che collettivo.
- E' possibile migliorare da soli il proprio modo di agire, e lo si fa abitualmente, ma ci sono dei limiti
- Il contributo di altri moltiplica gli sforzi individuali grazie
 - > alla diversità delle persone
 - > alla varietà di esperienze professionali e personali
 - > ai molti modi di interpretare e vivere la stessa attività

Il Co-development (seguito)

- Obiettivi :
 - > maggiore efficienza nel proprio lavoro
 - > imparare ad aiutare e a essere aiutato
 - > scambi tra pari
 - > acquisire un metodo di apprendimento
 - > avere il piacere di imparare e di trasmettere
- I partecipanti sperimentano :
 - > una tecnica di aiuto mediante un insieme rigoroso di domande, rispettoso dell'altro e senza preconcetti
 - > un tempo di riflessione per un utile distacco, per una visione dall'alto, per riconsiderare il proprio modo di agire
 - > la creazione di una rete privilegiata di scambi e interazioni tra colleghi
 - > l'ascolto attivo pensando all'altro e al suo contesto specifico.

Il Co-development (seguito)

- Contributo degli animatori :
 - > gestire il dialogo
 - > insegnare al gruppo a sapersi gestire
 - > presentare negli incontri approfondimenti teorici sui problemi affrontati, per esempio :
 - la gestione della conflittualità
 - La gestione delle emozioni (le proprie e quelle degli altri – individui e gruppi)
 - l'ascolto attivo
 - la curva del cambiamento
 - la mediazione
 - le tecniche d'influenzamento
 - La gestione del tempo

Un processo semplice....per interazioni proficue :

esposizione	5'	Il cliente espone	I partecipanti ascoltano
chiarimento	15'	i partecipanti pongono domande	il cliente risponde e precisa
presentazione	10'	i partecipanti espongono la situazione aziendale, secondo il loro punto di vista	il cliente la precisa
contratto	5'	il cliente definisce i termini della consulenza	i partecipanti recepiscono
quesiti e reazioni	20'	i partecipanti interrogano, interloquiscono con osservazioni, idee, impressioni, ipotesi	il cliente ascolta e risponde
sintesi	10'	il cliente integra l'informazione e traccia un piano d'azione	i partecipanti intervengono
integrazione	10'	cliente e partecipanti condividono il loro apprendimento	

Coaching individuelle



Coaching individuale a distanza

- La nostra esperienza ci ha confermato che il coaching a distanza è efficace, alle volte più di quello praticato de visu.
- Le condizioni affinché sia efficace :
 - > Una buona intesa tra coach e coachee nel primo colloquio
 - > L'adesione del coachee al processo di coaching
 - > il coachee deve poter usufruire del suo ufficio individuale senza disturbi esterni
- ... e più efficace del coaching de visu :
 - > il fatto di non vedersi, libera i freni del coachee, che non si sente osservato
 - > di conseguenza è meno influenzato dalle reazioni del coach
 - > il coaching telefonico consente una maggior introspezione
 - > e infine aiuta il coachee a sviluppare l'ascolto attivo
- Tecnologia utilizzabile : telefono, video conferenza, Skype o simili

Coaching individuale a distanza - articolazione

Fase 1 :

- > colloquio preliminare per fissare gli obiettivi e il contratto di coaching : 1h.
- > Alla fine di questa sessione, se le parti sono d'accordo, firmeranno il contratto di coaching.
- > Presenti : il cliente coachee, il coach e il superiore gerarchico, oppure il responsabile RU del coachee.

Fase 2 :

- > 3h di coaching de visu tra il coachee e il coach

Queste due prime fasi si svolgeranno nello stesso giorno, per economizzare sui costi di spostamento del coach.

Fase 3 :

- > 12h di coaching telefonici, suddivisi in 1h30 ciascuno : 8 sessioni su circa 5 mesi, a 2-3 settimane di intervallo ciascuna.

Fase 4 :

- > coaching de visu di 3h tra il coachee e il coach
- > colloquio finale di 1h tra il cliente coachee, il coach e il superiore gerarchico, oppure il responsabile RU del coachee per verificare il raggiungimento degli obiettivi iniziali e indicare i punti salienti del coaching.

Queste due ultime fasi si svolgeranno nello stesso giorno, per economizzare sui costi di spostamento del coach.

Totale ore di coaching : 18 + 2 di colloquio a 3 con BNL