

# Le relazioni e il potenziale umano determinano il successo aziendale



**Spada Paolo**  
Professional Coaching

P.IVA 03816641207

CF: SPDPLA81H03E289F

WWW.SP81COACH.COM

SPADAPAULO81@GMAIL.COM

TEL 3357118454

VIA ANNA FRANK, 7  
40026 IMOLA (BO)



**Spada Paolo**  
Professional Coaching

P.IVA 03816641207

CF: SPDPLA81H03E289F

WWW.SP81COACH.COM

SPADAPAULO81@GMAIL.COM

TEL 3357118454

VIA ANNA FRANK, 7  
40026 IMOLA (BO)

# In ogni progetto c'è un essere umano

LE RELAZIONI E IL POTENZIALE UMANO DETERMINANO IL SUCCESSO AZIENDALE

---



## **Cosa accomuna una multinazionale ad una PMI ?**

Tutte le aziende hanno dei collaboratori, dei clienti e dei fornitori.

Tutte le aziende hanno un prodotto o un servizio da offrire, questo può evolvere e cambiare nel tempo.

## **Chi sono i collaboratori, clienti, fornitori? Chi inventa i prodotti o servizi?**

Degli esseri umani



## **Oggi i maggiori investimenti nelle aziende dove avvengono?**

Nella tecnologia e nella meccanica

## **Ogni collaboratore è nelle condizioni e nella posizione ideale per LEI/LUI ?**

## **Investire maggiormente nelle risorse umane porterebbe a migliori risultati?**

Lascio queste due risposte a voi...

# In ogni progetto c'è un essere umano

LE RELAZIONI E IL POTENZIALE UMANO DETERMINANO IL SUCCESSO AZIENDALE



L'attuale business-model

di moltissime piccole e medie imprese deriva dall'epoca industriale.

La macchina produce, l'operaio esegue, il padrone pensa e comanda.

Ovviamente non in tutte le PMI si opera così, ma in moltissimi casi questa è la realtà.

Non voglio giudicare questo modello, voglio solamente porre qualche domanda:

**Nel 2020 è ancora sostenibile un modello così?**

**Nel 2025 avrò ancora le stesse attrezzature attuali?**

**Nel 2030 avremo ancora gli stessi clienti, gli stessi fornitori?**

**Nel 2040 un computer lavorerà da solo senza nessun essere umano?**



# Trasformare il potenziale in risorsa

LE RELAZIONI E IL POTENZIALE UMANO DETERMINANO IL SUCCESSO AZIENDALE

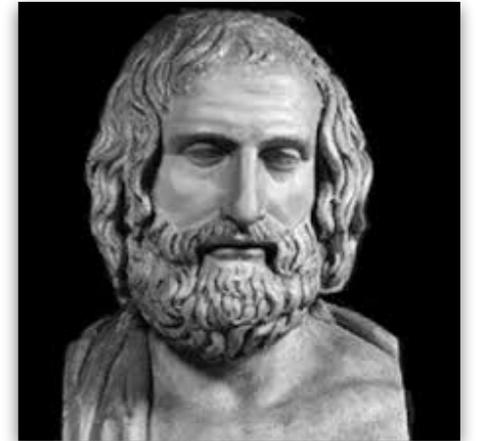
---



*Il 90 % delle sventure del mondo proviene da persone che non si conoscono, che non conoscono le proprie abilità. le proprie fragilità e persino le proprie virtù. La maggior parte di noi percorre la propria vita da completi stranieri di noi stessi. - Sidney Harris -*

*L' uomo è la misura di tutte le cose - Protogora -*

*Ad Atene è primavera un uomo svedese dice che è caldo, un egiziano che è freddo, entrambi hanno ragione, la verità è relativa e dipende dalla percezione.*



Tra migliaia di citazioni e riflessioni sull'essere umano, ho scelto queste due perché rappresentano l'essenza della mia visione aziendale. Ogni azienda ha il più grande capitale nelle sue risorse umane, ma le risorse umane vanno allenate, vanno stimolate, vanno guidate, vanno fatte esprimere.

Come in una squadra di calcio, ogni giocatore ha il suo ruolo, lo staff tecnico li deve coordinare, la dirigenza deve investire in maniera corretta e bilanciata.

Se Leo Messi giocasse terzino, avrebbe avuto le stesse prestazioni?

Il Barcellona avrebbe ottenuto gli stessi eccellenti risultati?

**Nella nostra azienda ogni collaboratore è nel ruolo giusto?**

**Ogni collaboratore può esprimere il proprio talento?**

# Relazioni e comunicazione

## LE RELAZIONI E IL POTENZIALE UMANO DETERMINANO IL SUCCESSO AZIENDALE

Le relazioni sono alla base, la comunicazione determina la relazione => **comunicare bene è fondamentale.**

Paul Watzlawick, nel 1967 assieme ad altri illustri esponenti dell'università di Palo Alto, ha elaborato 5 assiomi della comunicazione:

1°ASSIOMA: non si può non comunicare. La non-comunicazione è impossibile, perché qualsiasi comportamento comunica qualcosa di noi ed è impossibile avere un non-comportamento.

2°ASSIOMA: all'interno di ogni comunicazione si possono individuare due livelli. Il primo livello è quello del contenuto, e dice "cosa" stai comunicando; il secondo è quello della relazione, e indica il "tipo di relazione" che vuoi instaurare con la persona a cui ti rivolgi.

3°ASSIOMA: il flusso comunicativo è espresso secondo la punteggiatura degli eventi. A seconda della "punteggiatura" usata, cambia il significato dato alla comunicazione e alla relazione. La comunicazione comprende diverse versioni della realtà, che si creano e modificano durante l'interazione tra più individui.

4°ASSIOMA: la comunicazione avviene attraverso i canali verbali e non verbali. Il primo utilizza modalità digitali, il secondo criteri definiti analogici. La comunicazione analogica si basa sulla somiglianza - detta appunto analogia - tra la comunicazione in essere e l'oggetto della comunicazione; rientrano in essa la comunicazione non verbale e l'utilizzo di immagini.

5°ASSIOMA: la Scuola di Palo Alto individua due tipologie di relazioni che si possono instaurare tra individui che interagiscono tra loro, riguardanti la posizione di leadership assunta durante la conversazione. Gli scambi comunicativi possono essere simmetrici o complementari.

*Quindi dobbiamo saperle a memoria?*

Non occorre saperle a memoria, ma sapere che esistono, rifletterci e ripescarli all'occorrenza è molto utile.

*Cosa mi servono questi assiomi nella mia Azienda?*

La tua Azienda vive di comunicazioni quotidiane, ogni giorno i collaboratori comunicano tra di loro, con clienti, con fornitori..

In varie forme: di persona, al telefono, via messaggi, e-mail, video-call...

# Obiettivi funzionali e condivisi

LE RELAZIONI E IL POTENZIALE UMANO DETERMINANO IL SUCCESSO AZIENDALE

---



La definizione dell'obiettivo è fondamentale per lavorare bene, lavorare con passione e raggiungere il successo. Sembra banale, ma spesso gli obiettivi non sono congruenti a molti fattori esterni ed interni all'azienda, non sono misurabili, non sono scritti nero su bianco ...non sono funzionali al successo aziendale.

**Nella mia azienda gli obiettivi sono chiari? Sono condivisi? Sono sfidanti?**

**Tutti i collaboratori conoscono gli obiettivi aziendali a breve e lungo termine?**

**Gli obiettivi aziendali hanno una connotazione temporale? Sono compatibili con il mercato?**

Se l'obiettivo è troppo ambizioso, verrà fallito e questo provocherà frustrazione e progressiva sfiducia.

Se l'obiettivo è troppo semplice, il suo facile raggiungimento porterà appagamento e demotivazione futura.



# Leadership vs Management

LE RELAZIONI E IL POTENZIALE UMANO DETERMINANO IL SUCCESSO AZIENDALE

Attualmente è molto di moda la parola leadership, si trovano moltissime immagini sul web, ma **concretamente** quali sono le azioni da eseguire per avere leadership ?

Andando oltre i soliti stereotipi, questa è una visione molto concreta e approfondita, del famoso consulente aziendale Stephan R. Covey

LEADERSHIP	MANAGEMENT
Persone	Cose
Spontaneità	Struttura
Liberazione del potenziale, Legittimazione	Controllo
Efficacia	Efficienza
Programmatore	Programma
Investimento	Spesa
Principi	Tecniche
Trasformazione	Transazione
Potere fondato sui principi	Utilità
Giudizio	Misurazione
Fare la cosa giusta	Fare le cose nel modo giusto
Direzione	Velocità
Top line	Bottom line
Fini	Metodi
Principi	Pratica
Sui sistemi	Nei sistemi
La scala è appoggiata alla parete giusta?	Salire la scala velocemente

# Uno, due, tre...collaboratori scontenti

LE RELAZIONI E IL POTENZIALE UMANO DETERMINANO IL SUCCESSO AZIENDALE

---

Un collaboratore scontento non lavora bene, non da il massimo, non porta risultato alla azienda.

Se questo "virus" si estende e colpisce 2, 3...40 collaboratori, la salute generale aziendale sarà compromessa in maniera molto grave.

**Nella nostra azienda la motivazione è tenuta sempre alta?**

**Se qualche collaboratore è demotivato in maniera cronica, è solamente colpa sua?**

**Cosa possiamo fare per tenere un buon livello di soddisfazione di tutti i collaboratori?**

Queste sono domande molto importanti da porsi, non vanno prese in maniera negativa, ma bensì in maniera costruttiva.

Ogni manager, quotidianamente deve rapportarsi con collaboratori che hanno differenti sentimenti, saperli riconoscere ed essere empatici, spesso determina la differenza tra buoni e cattivi rapporti umani.

L'empatia e l'assertività sono caratteristiche che si possono migliorare, se ne prende consapevolezza e ci si allena, come si fa con nello sport.

Faccio un breve esempio: se sono un cestista e ho scarsi risultati nel tiro da 3 punti, in allenamento cercherò di allenarmi il più possibile; in partita, consapevole di questo mio punto debole, cercherò di delegare ad altri miei compagni il tiro da 3 punti, fino a quando non sarò più sicuro del mio tiro da lontano.

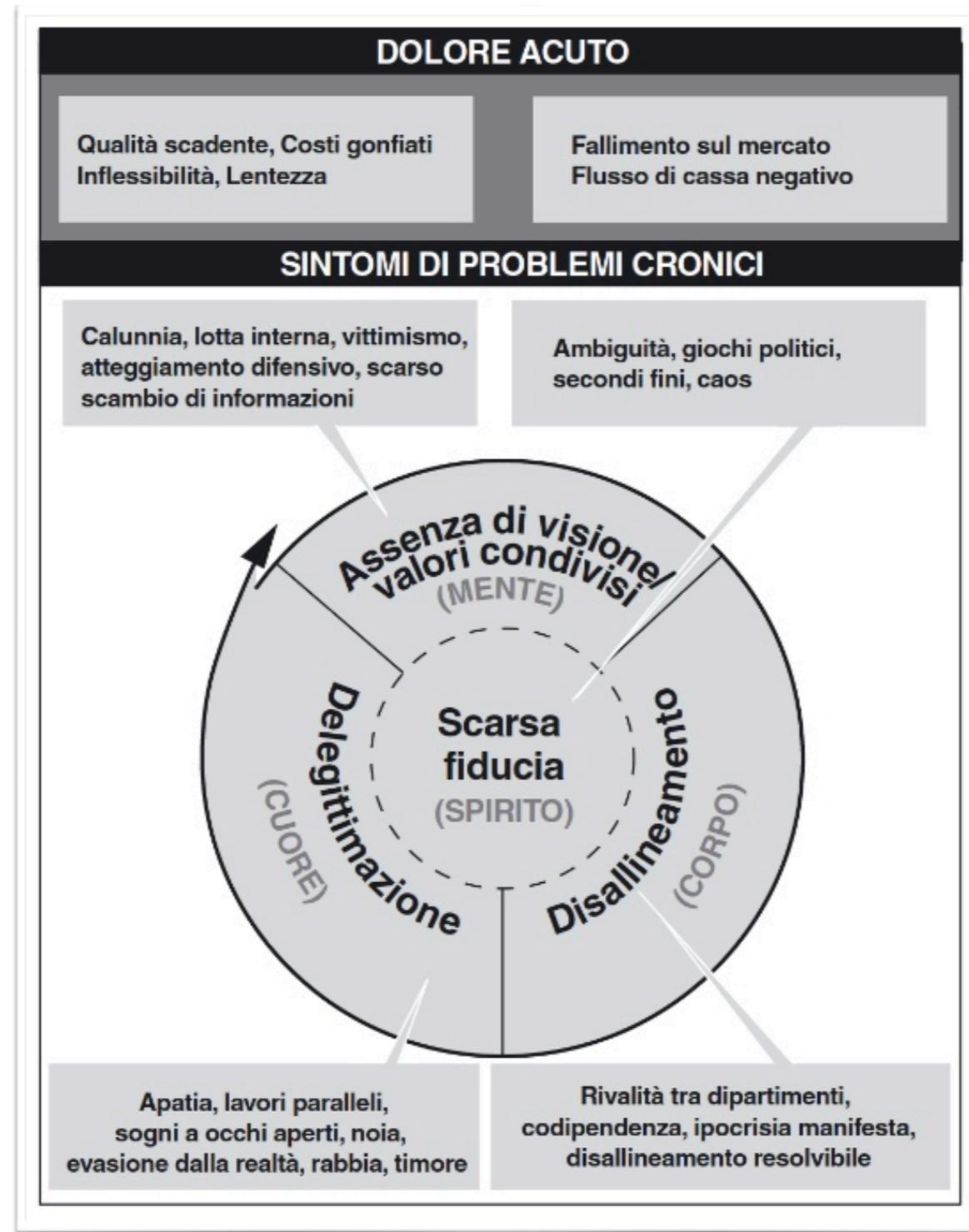
D'altronde la pallacanestro è un gioco di squadra, non si vince 1 contro 5, devo saper scegliere cosa fare e io e cosa delegare ai miei compagni di squadra.

Un'azienda e una squadra sportiva, sono molto simili, si lavora tutti assieme per vincere.

# Uno, due, tre...collaboratori scontenti

LE RELAZIONI E IL POTENZIALE UMANO DETERMINANO IL SUCCESSO AZIENDALE

Vi riporto uno schema tratto da un manuale di management statunitense, questo evidenzia in maniera esaustiva i processi che avvengono nella mente dei collaboratori.



# Come scegliere nuovi collaboratori

LE RELAZIONI E IL POTENZIALE UMANO DETERMINANO IL SUCCESSO AZIENDALE

---

Esistono moltissimi studi, testi e teorie che trattano questo argomento, gli HR di tutte le grandi aziende hanno metodi simili ma diversi tra loro, perché chi fa il colloquio è una persona diversa e ogni candidato è una persona diversa.

Personalmente non sono un grosso sostenitore delle classificazioni per tipo di profilo; ovvero oggi ho fatto 4 colloqui e il primo candidato era un profilo A, la seconda un profilo E e via dicendo.

Se la valutazione non è fatta da un test scritto a crocette, mi farò sicuramente influenzare da alcuni caratteri del candidato, quindi non credo sia possibile standardizzare e analizzare analiticamente come farebbe un computer.

Nelle PMI, generalmente i colloqui di assunzione non avvengono molto frequentemente, la rotazione del personale è ridotta rispetto alle grandi multinazionali; quindi quando si faranno dei colloqui bisognerà porre attenzione massima.

Generalmente non vengono fatti dei test scritti, delle selezioni con molti livelli di colloquio, questo non significa però che non possiamo prendere dei parametri di riferimento oggettivi e costanti.

**Personalmente ho elaborato un semplice schema** che assegna un coefficiente ad ogni aspetto importante del candidato, da moltiplicare ad un giudizio personale (classico voto da 0 a 10). Questo metodo è più oggettivo della scelta "a sensazione" ma manterrà una soggettività umana del selezionatore.

*Valore umano del candidato ( voto da 0 a 10) x1*  
*Compatibilità con il modello aziendale ( voto da 0 a 10) x 0,9*  
*Compatibilità con il ruolo specifico ( voto da 0 a 10) x 0,8*  
*Esperienze lavorative ( voto da 0 a 10) x 0,7*  
*Studi ( voto da 0 a 10) x0,5*

Nella prossima pagina, illustro un esempio pratico.

# Come scegliere nuovi collaboratori

LE RELAZIONI E IL POTENZIALE UMANO DETERMINANO IL SUCCESSO AZIENDALE

---

## **Candidato A**

*Valore umano del candidato  $8 \times 1 = 8$*

*Compatibile con il modello aziendale  $6 \times 0,9 = 5,4$*

*Compatibile con il ruolo specifico  $6 \times 0,8 = 4,8$*

*Esperienze lavorative  $4 \times 0,7 = 2,8$*

*Studi  $9 \times 0,5 = 4,5$*

**Punteggio totale Candidato A = 25,5**

## **Candidata B**

*Valore umano della candidata  $7 \times 1 = 7$*

*Compatibile con il modello aziendale  $9 \times 0,9 = 8,1$*

*Compatibile con il ruolo specifico  $9 \times 0,8 = 7,2$*

*Esperienze lavorative  $7 \times 0,7 = 4,9$*

*Studi  $6 \times 0,5 = 3$*

**Punteggio totale Candidata B = 30,2**

In questo esempio, la mia scelta ricadrà sulla candidata B, ho utilizzato sì un modello matematico, ma i valori li ho assegnati io in maniera umanistica, la valutazione rimane personale.

Questa è una mia visione di 5 aspetti che mettono l'accento sul candidato come persona, che potrà ricoprire anche più ruoli in futuro, e quindi guarda alle sue potenzialità.

Questo metodo si può applicare sia per la ricerca di un operaio semplice che per una posizione manageriale, anche perché quello che conterà maggiormente sarà sempre il voto, della persona che farà il colloquio.

Questo sistema si può modificare nel numero degli aspetti e negli aspetti specifici, ogni azienda sceglierà come adattarlo al meglio, è uno strumento semplice ed efficace elaborato da me e mi fa piacere dividerlo, senza vantare particolari diritti d'autore.

# Che cos'è il coaching?

LE RELAZIONI E IL POTENZIALE UMANO DETERMINANO IL SUCCESSO AZIENDALE

---

**IL COACHING E' BASATO SULLA RELAZIONE TRA UN PROFESSIONISTA ( COACH ) E UN CLIENTE ( COACHEE ); QUESTO PROCESSO ACCOMPAGNA IL COACHEE, CON PIANI D'AZIONE CONCRETI, A SPRIGIONARE LE PROPRIE POTENZIALITÀ' INESPRESSE, PER RAGGIUNGERE IL PROPRIO OBIETTIVO.**

Questa è la definizione elaborata da me e approvata dall'AICP ( associazione italiana coach professionisti) della quale sono membro, inoltre sono anche referenziato ICF ( International Coach Federation).

Il coaching è un metodo di sviluppo del potenziale umano, basandosi sulle solide basi della psicologia positiva americana del '900, è uno strumento ormai diffusissimo per i grandi manager di multinazionali .

Il coaching non nasce in ambito business, ma in ambito sportivo nel 1974, Tim Gallwey è insegnante di tennis di Harvard, durante gli allenamenti nota che senza imporre insegnamenti troppo tecnici e minuziosi, i suoi allievi con il passare del tempo migliorano autonomamente e cambia la propria tecnica didattica.

Tim scopre l'inner game, ovvero il gioco interiore che è all'interno di ogni essere umano, ed elabora la formula della performance. Performance = Potenziale - Interferenza Gallwey sostiene quindi che le maggiori difficoltà nelle prestazioni sono interne non esterne e inizia a studiare tecniche per gestire le resistenze mentali. Non possiamo identificarlo come il coaching puro applicato oggi, ma Tim è comunque riconosciuto come il padre del coaching.

L'università di Sydney è la prima università ad inserire il coaching tra le materie accademiche, le neuroscienze stanno dando valore al coaching, il cervello lavora meglio con domande aperte. Successivamente in USA le maggiori università iniziano ad insegnare il coaching in maniera più approfondita, oggi negli States è una metodologia costantemente applicata nel 90% delle aziende più innovative e virtuose.

In Italia nel 2015, con la norma UNI 11601, è stata regolarizzata la professione del coaching, distinguendo così i professionisti da fantomatici guru e maghi da strapazzo.

# Il coaching è solo per multinazionali?

LE RELAZIONI E IL POTENZIALE UMANO DETERMINANO IL SUCCESSO AZIENDALE

---

**Assolutamente NO**, anzi nelle PMI dove ci sono meno collaboratori, ognuno di essi è una risorsa molto più importante in termini percentuali...quindi il coaching è ancora più performante nelle PMI.

Allora perché nelle PMI non è sviluppato?

Probabilmente per tre principali motivi:

- 1- un elemento culturale/attitudinale ( l'azienda è mia, e so io come fare per mandarla avanti, non ho bisogno di aiuti esterni);
- 2- un fattore economico
- 3- non c'è tempo

Personalmente ho sviluppato un modello che tiene conto di questi 3 fattori, non è standard, è "vestito sartoriale" che viene elaborato dopo il primo incontro gratuito con l'azienda.

## **Una consulenza di un quarantenne è utile alla mia azienda?**

Un quarantenne ha il giusto mix di emergenza e visione innovativa, spesso l'equilibrio è la ricetta vincente.

**Il passaggio generazionale e l'adattamento al mercato**, sono due aspetti nei quali un professionista può dare un valore aggiunto.

Io sono un quarantenne che ha esperienza in varie entità e lavora con persone di tutte le età, sono propenso all'innovazione ma tenendo saldi i piedi a terra, partendo da un'analisi dello stato attuale dell'azienda, focalizzo il mio lavoro per far raggiungere il futuro desiderato dall'azienda stessa.

Non sono io a determinare gli obiettivi, è l'azienda a deciderli, il mio servizio professionale è un mezzo per **facilitare** un percorso scelto dall'azienda stessa.

# Chi sono

## IN CONCLUSIONE ALLEGO UN MIA PICCOLA PRESENTAZIONE PERSONALE

---

Mi chiamo Paolo Spada, sono un professionista del COACHING, certificato e associato AICP, la mia mission è sprigionare il talento latente dei miei clienti.

Le mie parole d'ordine sono: pianificazione, concretezza e autenticità;  
utilizzo questo modello vincente nei miei 3 ambiti di coaching: Business, Sport e Life.

**In tutti i percorsi che propongo il primo incontro è gratuito e senza impegno.**

1) Business - lavoro sia in maniera individuale che in team, il mio scopo è co-creare un piano di sviluppo concreto e misurabile. Le risorse umane sono il maggiore capitale di un'azienda, grande o piccola non ha importanza, ogni individuo è propenso all' autorealizzazione, se c'è un buon terreno fiorirà rigogliosamente.

2) Sport - come Mental Coach lavoro individualmente con atleti per migliorare le loro performance facendo leva sul mindset vincente, la concentrazione e la pianificazione. Affianco gli allenatori per migliorare le sinergie umane del gruppo. Lo sport è un contenitore di valori che va al di là del solo aspetto atletico e tecnico, la mentalità sportiva è un vantaggio competitivo anche nella vita privata e nel business..

3) Life- è l'ambito della crescita personale, è molto ampio e variegato, per riassumere brevemente condivido 3 case history: smettere di fumare, trovare più tempo libero e migliorare le relazioni con i figli.

Sono un'imolese classe 1981 sposato e padre di due gemelli,

Mi diplomato come geometra nel 2000 sono nel mondo del lavoro da 20anni.

Ho avuto esperienze lavorative in vari ambiti e con vari ruoli; partendo da studio tecnico privato, passando poi ad piccola azienda, un'anno nella pubblica amministrazione e da 10 anni in una multinazionale.

Parallelamente al lavoro, ho fatto per molto tempo l'allenatore di basket e collaborato con lo staff dirigenziale, le relazioni umane e il lavoro di squadra, sono due pilastri fondamentali della mia persona.

# Grazie

VI RINGRAZIO DI AVER INVESTITO 10 MINUTI DEL VOSTRO TEMPO

---

In un mercato sempre più esigente e frenetico, il tempo è una risorsa preziosissima, pertanto voglio ringraziarvi di aver dedicato 10 minuti alla lettura di questa breve relazione.

**Vi invito, quando avrete modo e tempo, a riflettere attentamente su questi aspetti.**

Se lo riterrete opportuno vi invito a contattarmi, per un incontro gratuito e senza impegno, in questa breve relazione ho descritto e sintetizzato solamente alcuni aspetti; come già detto non amo standardizzare, preferisco creare un "vestito sartoriale".

Al contrario se non siete interessati, ovviamente non c'è nessun problema, vi garantisco che avete investito in maniera costruttiva 10 minuti del vostro tempo nel leggere questa breve relazione.

Cordiali saluti e buon lavoro.



# Integrazione “coronavirus”

QUESTA PRESENTAZIONE NASCEVA PRIMA DEL PROPAGARSI DEL VIRUS IN ITALIA



**ACT NOW**  
**RESTART YOUR BUSINESS**

COACHING  
innovativo e conveniente  
per PMI e Startup

spadapaolo81@gmail.com

Ho aggiunto questa slide integrativa, perché voglio condividere una mia riflessione, sulla attuale situazione **economica**, che è fortemente impattata da questo virus.

La situazione è questa, non è assolutamente bella , ma ne dobbiamo prendere atto, non possiamo permetterci di sprecare tempo ed energie a giudicarla o per piangersi addosso, dobbiamo **agire subito**, per fare **ripartire** le nostre aziende.

Sono consapevole che un'azienda in attuale difficoltà economica, concentra i suoi sforzi finanziari in cose indispensabili, il coaching probabilmente non è tra queste.

Però credo fortemente che il coaching possa aiutare a trovare **una soluzione efficace e una strategia di rilancio vincente.**

Quindi ho deciso di aiutare PMI e Startup con tariffe molto scontate, per percorsi di coaching esclusivamente in remoto.

Perché in remoto?

- 1) ha la stessa efficacia di quello dal vivo
- 2) non c'è pericolo di contagio
- 3) è eco-sostenibile
- 4) risparmio di tempo e denaro degli spostamenti