

**LA NAVE DEI FOLLI**

di ricollocazione del personale in esubero?

L'outplacement dovrebbe essere valorizzato sempre di più in quanto ammortizzatore sociale estremamente vantaggioso per i lavoratori e per le aziende e per l'intero sistema economico: riduce infatti i periodi di inattività e di indennizzo della disoccupazione e contribuisce ad aumentare la produttività di tutto il sistema paese. L'efficacia dei servizi di outplacement sta nella diffusione del network di aziende con cui l'agenzia di ricollocazione è in contatto: in questo modo il candidato ha a disposizione anche tutte quelle posizioni vacanti che al singolo in cerca di lavoro rimangono nascoste (più dell'80%) poiché circolano tramite canali non ufficiali.

DBM Italia è stata in grado di ricollocare nel corso del 2010 circa il 90% di impiegati, quadri e dirigenti in un arco di tempo non superiore ai sei mesi. Considerato che in Italia più del 40% delle aziende che ricorrono a società di outplacement si rivolge a DBM, possiamo dire che il nostro intervento sia stato efficace e auspichiamo che sempre più aziende capiscano il vantaggio che possiamo offrire.

**Piano per il ricambio generazionale nella funzione imprenditoriale delle cooperative**

Prende vita il progetto Adest, con l'obiettivo di individuare, selezionare e formare un gruppo di giovani per la gestione imprenditoriale della cooperativa, in vista del ricambio generazionale degli organismi dirigenti. Attraverso il progetto il Consiglio di Amministrazione di UniAbita mette a disposizione dei giovani più motivati e capaci un'opportunità di formazione di alto profilo, con lo scopo di individuare e formare i prossimi Consiglieri di Amministrazione. Un'operazione di forte rinnovamento, destinata a durare nel tempo, nel segno della democrazia e della meritocrazia. Si cercano persone da formare, per metterle in grado di comprendere e governare i complessi meccanismi economici, giuridici e sociali che guidano l'attività della cooperativa, per creare un gruppo dirigente all'altezza delle sfide sempre più difficili della globalizzazione e del mercato. Ma altrettanto importanti sono la comprensione e l'adesione ai valori della cooperativa: solo credendo nei valori della solidarietà e della cooperazione, infatti, si potrà essere amministratori capaci e sensibili, che pongano



il socio e i suoi bisogni al centro dell'attività, rispettando l'ambiente, offrendo opportunità abitative a classi altrimenti escluse dal libero mercato e servizi di qualità all'abitare e alla persona. La società Rei - Reti per l'evoluzione dell'impresa, seguirà la selezione dei candidati e lo sviluppo del corso di formazione. Tre le fasi di articolazione del progetto: selezione dei candidati, entro maggio 2011; percorso formativo, da giugno 2011 per 10 mesi; project work, della durata di due mesi durante la quale i partecipanti lavoreranno a progetti per la realizzazione di obiettivi imprenditoriali.

Al termine del progetto sarà rilasciato un attestato di partecipazione e sarà individuato un ulteriore percorso di coinvolgimento all'interno della cooperativa o del sistema cooperativo per i partecipanti che durante il corso si siano dimostrati particolarmente adatti e motivati. Per candidarsi a partecipare al progetto: [www.uniabita.it](http://www.uniabita.it)

**PRATICHE**

**Retail Coaching**

Un metodo unico e innovativo per allenare i gruppi di lavoro in forza alle aree retail in un ottica di aumento della redditività dei punti vendita. Viaggio attraverso le nuove frontiere dello sviluppo risorse umane, accompagnati dall'esperienza di vendita di Patrizia Saolini, ex modella, oggi coach professionista e autrice del libro edito da

**Franco Angeli** Retail Coaching, la gestione operativa della rete vendita secondo le logiche dello sport.

Il libro della Saolini presenta una nuova concezione del coaching aziendale, il cui obiettivo non è solo quello di sviluppare le abilità manageriali del capo, ma di far crescere il team insieme per migliorare la performance dei negozi attraverso l'accostamento al gioco di squadra.



“La metafora dello sport -dice Patrizia Saolini a latere della presentazione ufficiale- unisce le persone. E' un accostamento vincente”.

Quindici le potenzialità su cui lavorare, sviluppate su quattro macro aree, per migliorarsi nella relazione con il proprio gruppo di lavoro e con il cliente.

“La sfida -spiega Patrizia Saolini- è puntare all'incremento della redditività evitando azioni di pushing”. L'obiettivo è di infondere nel team di lavoro la piena consapevolezza di un cambiamento comportamentale, individuale e di gruppo, che porta nel medio/lungo periodo a risultati tangibili. “Del Retail Coaching -continua l'autrice- è possibile calcolare anche il Roi (ritorno sugli investimenti), attraverso indicatori e parametri

qualitativi più che quantitativi”. Si fa qui riferimento a quei benefici intangibili, tra cui figurano livelli più elevati di soddisfazione dei clienti, un maggior impegno del personale, e un aumento della soddisfazione lavorativa.

Il Retail Coaching prevede due forme di intervento formativo a seconda del target di riferimento: una individuale, dedicata alla popolazione executive presente nei punti vendita, l'altra è di gruppo e coinvolge tutte le persone operanti in negozio.

Il risultato è una squadra vincente, affiatata e sorridente. Grazie al Retail Coaching i negozi che operano nella moda e nel lusso possono contare su consulenti della vendita che accompagnano il cliente nel processo di acquisto.

In conclusione, un trainer efficace dovrà saper sviluppare nei venditori un alto livello di intelligenza emotiva, la capacità di accogliere e interpretare gli stati d'animo del cliente, grazie al cammino di empowerment sviluppato dal coach, con l'obiettivo di conquistare l'attenzione e la sua fidelizzazione.

**TEORIE**