

CULTURAL SOCIAL E COACHING

22 gennaio 2016 ore 10:59

Quando il professionista è open

di **Paolo Bruttini - Consulente di management e presidente di Forma del Tempo srl**

All'interno dello studio professionale un'applicazione importante della cultura social riguarda principalmente tre strumenti: i wiki, i blog e i corporate social network. Nelle piccole realtà professionali i social media hanno prevalentemente tre finalità: migliorare la comunicazione, condividere la conoscenza, favorire la collaborazione. L'uso di questi strumenti avvicina il titolare dello studio ai giovani collaboratori che appartengono alla cosiddetta Y Generation. Infine la cultura social impone al professionista un atteggiamento di openness: il professionista deve essere in grado di fare coaching.

Chi scrive ha dedicato l'ultima parte della sua vita professionale ovvero dal 2009 ad oggi a studiare il profondo cambiamento delle organizzazioni a seguito dello sviluppo della **cultura della rete**. Si parlava all'epoca di wikinomics ovvero l'estensione all'economia delle imprese di quel fenomeno davvero straordinario che è **wikipedia**. Rimane davvero un mistero come sia possibile che milioni di termini in centinaia di lingue siano stati redatti da milioni di contributori in tutto il mondo per il piacere di costruire una conoscenza collettiva e senza alcun riscontro economico o di visibilità personale. Nella nostra ricerca questo fenomeno detto di openness ci ha condotto a identificare nella concezione open del potere, una chiave motivazionale e culturale in grado di innescare la spirale positiva dell'economia collaborativa. Nell'ultima fase della ricerca invece abbiamo messo a fuoco le prospettive per le organizzazioni che si vogliono definire open, individuando delle traiettorie di sviluppo organizzativo per la openness.

Una domanda significativa per il lettore è: come si possono applicare questi concetti anche negli studi professionali?

Per rispondere a questa domanda proponiamo alcuni temi di riflessione.

1) L'evento più significativo degli ultimi anni è lo **sviluppo dei social network**. Da fenomeno eminentemente social in cui i singoli si connettono per scambiarsi notizie (facebook, twitter) video (youtube) o foto (Flickr), i social media hanno progressivamente ampliato la loro natura. Ad esempio la rete professionale **linkedin** è uno strumento significativo di conoscenza di interlocutori e di coltivazione dei saperi professionali all'interno di comunità di addetti ai lavori. Dunque un luogo di visibilità in cui il professionista può fare networking con altri soggetti professionalmente significativi. Queste tecnologie rendono possibile coltivare il proprio network in un modo nuovo. Il professionista alimenta la sua visibilità oggi attraverso l'uso di strumenti che aumentano la sua reputazione. Non basta più ormai l'eccellenza professionale, ma sarà necessario investire risorse dello studio su un'immagine evoluta, consapevole ed innovativa, in grado di posizionare la propria realtà in modo diverso rispetto alla concorrenza.

Un'applicazione importante della cultura social invece all'interno dello studio riguarda principalmente tre strumenti: **i wiki, i blog, i corporate social network**.

Nelle piccole realtà professionali (a dire il vero anche in quelle grandi) i social media hanno prevalentemente tre finalità: **migliorare la comunicazione, condividere la conoscenza, favorire la collaborazione**.

Ad esempio la costruzione di un **wiki aziendale**, attraverso piattaforme solide ed affidabili, consente di organizzare i documenti dello studio non più solo per cartelle anonime del file system classico. E' interessante costruire una narrazione intorno al cliente che viene seguito passo passo da diversi collaboratori, che tengono tracce delle azioni e degli esiti su una piattaforma aperta e

immediatamente consultabile. I collaboratori dello studio non si mandano mail, ma lasciano sulla piattaforma dei messaggi, che vengono recapitati ai destinatari dal sistema stesso. In questo modo tutte le interazioni sul cliente vengono riportate nello spazio a lui dedicato senza il rischio di perdita di informazioni. L'apertura della piattaforma rende inoltre possibile l'accesso a tutti (nel rispetto dei privilegi che il titolare dello studio vorrà assegnare) delle informazioni e delle esperienze maturate dallo studio.

Il **blog dei professionisti** dello studio è un modo per dialogare con i clienti e con i colleghi. In questo modo le esperienze maturate vengono narrate in una modalità accattivante e coinvolgente. Spesso questi strumenti diffondono informazioni ma hanno anche finalità commerciali.

I **corporate social media** integrano gli strumenti precedenti: facilitano la conversazione in azienda, aumentando la naturalezza ed il calore degli scambi tra colleghi. Strumenti come Yammer oppure Slack (l'applicazione più amata nella Silicon Valley) sono ormai diffusi ed alla portata di tutti.

2) L'uso di questi strumenti avvicina il titolare dello studio ai nuovi collaboratori che se sono nati dopo il 1980 appartengono alla cosiddetta **Y Generation**. Gli studi sociologici ci indicano che gli Y Gen sono **meno interessati** ad un lungo percorso fatto di **sacrifici** per conseguire una solida posizione. Sono cresciuti nel tempo dell'**incertezza**, ma anche delle infinite potenzialità della società iperconnettiva. Saranno capaci ben più del loro titolare di tutelare la propria vita privata e saranno interessati a tutte le modalità per ampliare le proprie conoscenze. La Y Gen è interessate ad **umentare la propria employability**, in un tempo cui non è più possibile pensare che la propria vita professionale si svilupperà sotto il campanile. Cresciuti nella cultura delle Rete, tenderanno a costruire rapporti di parità anche con il socio anziano dello studio (vi siete accorti che con il giovane dello studio si tende rapidamente a darsi del "tu"? A volte sono loro stessi a chiedervelo!). La stima sarà riservata a chi detiene la competenza e la condivide, non essendo da loro tollerata alcuna opacità o altra strategia attendista per assumere posizioni di rilievo nello studio. Questo significherà accettare che il turnover dei giovani professionisti sarà maggiore rispetto al passato.

3) L'ultimo aspetto che vogliamo affrontare riguarda la **leadership del professionista**. Infatti la cultura social che stiamo cercando di descrivere impone al professionista un atteggiamento di openness, apertura a questo mondo nuovo che sta emergendo.

Il leader contemporaneo **offre ai suoi collaboratori una visione**. Che studio è il nostro studio? Quali sono i nostri valori guida? In che cosa vogliamo essere riconosciuti? Che cosa volete che i vostri collaboratori riconoscano come il vostro stile?

Il leader non adotta solo un modello comando e controllo. Sempre di più il professionista deve essere in grado di fare **coaching**. In un contesto in continuo mutamento hanno successo gli studi i cui partner e i collaboratori hanno la capacità di **apprendere e sviluppare connessioni**. Ciò è possibile se il titolare non dà solo risposte, ma è in grado di fare domande. E' in grado di attivare nei colleghi e nei collaboratori la capacità di ragionare in autonomia. In alcune situazioni ciò potrebbe comportare il rischio di fare errori. Se sono tollerabili, gli errori sono il mezzo attraverso il quale il sistema apprende.

Infine leadership significa **cogliere delle opportunità al di fuori** di quanto è previsto dai confini tradizionali della professione. La rivoluzione digitale non è che all'inizio e ci saranno profondi cambiamenti. Basti pensare che si calcola che oggi circa 4/5 delle professioni impiegate possono essere sostituite dai computer. Allora provate a pensare come possono essere i vostri studi da qui a dieci anni.

Di questi e di altri temi parleremo in un **evento** in cui presenteremo il volume edito da Wolters Kluwer "Open Organization and Coaching", giovedì 28 gennaio prossimo alle ore 17,30 a Sesto San Giovanni (Milano) presso Coca Cola HBC Italia. E' la prima di una serie di conferenze in cui immagineremo il futuro che ci aspetta.

Nel corso dell'evento **Open Organization and Coaching**, che si terrà giovedì 28 gennaio 2016 alle ore 17,30 a Sesto San Giovanni (Milano) presso Coca Cola HBC Italia, in anteprima la presentazione del libro a cura di Paolo Bruttini e Barbara Senerchia, dal titolo "**Coaching: come trasformare individui e organizzazioni**", edito da Wolters Kluwer.

Per dettagli consulta la [locandina all'evento](#)

