

conoscenze. Il *reverse mentoring* è rimasto al palo da quando le imprese hanno iniziato a cercare “giovani talenti” con cui sostituire le competenze più “stagionate”, ma in questo modo abbiamo perso uno storico importante fatto di insegnamenti, errori, punti di riferimento.

Le nuove generazioni, cresciute davanti a schermi e tablet, sebbene più veloci e intuitive, sono meno predisposte a dare e ricevere feedback, al lavoro di squadra, all’ascolto. Ricoprendo ruoli di responsabilità, la debolezza di una leadership mai giocata viene subito a galla e va ricucita con una formazione che una volta era alla base della vita aziendale.

Dovremmo cominciare ad ammettere di aver peccato di ingenuità; abbiamo guardato per troppo tempo il dito delle keyword senza contenuto (la “resilienza”, la “gentilezza”), costruendoci intorno interi speech per convegni e libri, mentre la luna ci stava dicendo che un intero sistema stava per cedere. Fra grandi dimissioni e tre generazioni che convivono in contemporanea in azienda, il corto circuito è appena scattato.

Adesso abbiamo bisogno di una formazione più umana, da cui imprenditori e manager di primo livello non si sottraggano come hanno sempre fatto, che non abbia paura di ammettere di aver perso fin troppo tempo, che recuperi il senso di generazioni che chiedono tempi diversi e scopo in ciò che gli viene chiesto, se non vogliamo perderle per sempre.

Cresce la richiesta di corsi in ambito comunicazione e public speaking



di **Chiara Alzati**,
CEO e Founder
della Chiara Alzati Srl

Un trend in continua crescita, confermato anche nel 2023, è quello che riconosce come sempre più fondamentali le cosiddette soft skill. Mi piace pensare che questo sia dovuto anche al fatto che un numero crescente di aziende si sta rendendo conto che nell’era del *silent quitting* è sempre più necessario fare della formazione un asset strategico per attrarre e fidelizzare i talenti.

In quest’ultimo semestre ho notato un notevole incremento di richieste di corsi di formazione in ambito comunicazione efficace e public speaking.

Quando progettiamo i nostri corsi di formazione, partiamo sempre da questa importante domanda: “Come possiamo rendere l’esperienza formativa davvero trasformativa?”

La risposta che mi sento di dare si struttura su quattro considerazioni:

1. Non si può crescere come manager se in primis non si cresce come persone. Ecco perché, prima di insegnare le tecniche di comunicazione, porto sempre i partecipanti a mettersi in gioco come individui. Quando smettiamo di pensare che sia sempre colpa altrui se qualcosa non funziona e ci facciamo domande come: “In che modo ho creato io questa situazione?”, “Cosa mi insegna ciò che sta accadendo?”, mettiamo l’ego da parte, usciamo dal giudizio ed entriamo nella comprensione.
2. In un’epoca dove si ha sempre più a che fare con stakeholder rabbiosi, insofferenti e frettolosi, diventa necessario che ciascuno di noi impari a comunicare sotto stress, non alimentando la rabbia con la rabbia o con l’indifferenza, bensì sorprendendo il nostro interlocutore con la gentilezza. Nelle mie aule do ampio spazio alla comunicazione “gentile”, che non significa assecondare l’altro, bensì esprimere il proprio punto di vista da una posizione di solidità personale, sfruttando il potere delle domande e dei feedback costruttivi.
3. La formazione, affinché sia efficace e trasformativa, oggi più che mai deve stimolare il lavoro di gruppo. Cimentarsi in aula in piccoli gruppi a preparare un discorso importante o a simulare un meeting interdipartimentale, ad esempio, rappresenta un prezioso momento di scambio di valore non solo professionale, ma anche umano per i manager.
4. Sempre più spokespeople si stanno rendendo conto che il public speaking è un asset fondamentale per valorizzare l’immagine dell’azienda agli occhi di stakeholder interni ed esterni. Preparare presentazioni importanti seguendo solo il proprio buonsenso o copiando gli errori altrui non è infatti mai consigliabile, anzi rischia di compromettere la credibilità del manager e del brand. Ciò detto, sono convinta che, se vogliamo che la formazione sia davvero trasformativa per l’azienda nella sua globalità, è necessario prendere ancora più consapevolezza del fatto che l’acquisizione della capacità di saper comunicare efficacemente non è una priorità solo per le figure manageriali, bensì per tutta la popolazione aziendale. Questo perché, quando in azienda si condividono gli stessi strumenti comunicativi, ci si intende meglio e si collabora meglio.