



# CONTROCORRENTE

## Caro Babbo Natale..

Editoriale a cura di  
Marilyn Cecere Annalisa Messina Martina De Luca

Rete, partnership, collaborazione, co-working tutte definizioni che si sono sviluppate negli ultimi anni associate ad un nuovo modo di intendere le relazioni di lavoro, ma che rimangono svilite di significato se manca alla base di ognuna il rispetto per il lavoro e per chi lo esercita a prescindere dal ruolo.

Il tema che oggi vorrei porre alla vostra attenzione riguarda la collaborazione intesa in senso ampio tra colleghi, tra professionisti di diversa provenienza che possono venire in contatto e perché no, collaborare alla creazione di valore, inteso anche come momento di accrescimento personale legato all'esperienza che nasce dalla relazione.



È una mattina come tante altre, sono alla mia scrivania intenta a lavorare, quando il telefono squilla. Prendo su la cornetta e come di mia abitudine

<<Net working Buongiorno>> e dall'altra parte una voce diretta esordisce con una domanda altrettanto ferma e decisa:

<<fate corsi per assistenti di direzione?>>

A quella domanda la mia mente si ferma per un attimo, rimango senza parole e mentre cerco di riprendere il filo

del discorso i miei pensieri deragliano in un'altra dimensione, come se il tempo fosse andato indietro, un nastro che si riavvolge e mi rivedo a dieci anni fa.

Ero agli esordi della mia avventura professionale, e la progettazione di un intervento formativo era una diretta conseguenza di un'analisi approfondita dei fabbisogni.

Una soluzione ad un problema, quando il ruolo propositivo del consulente aveva quel valore aggiunto in grado di fare la differenza nell'individuare i nodi cruciali del problema che il committente non riusciva a vedere, quando la microprogettazione era a valle di un processo fatto di incontri vis a vis, di ascolto, di studio di fattibilità, di analisi delle ricadute dell'intervento sul contesto ecc. Quando il costo era solo l'ultimo nodo da sciogliere ...

Mentre adesso? L'intero processo è ribaltato. È come se il committente sia diventato paziente -medico insieme capace di diagnosticare il problema, individuare la terapia, e necessiti "semplicemente" del farmacista che gli venda il medicinale al banco.

Ovviamente, sono consapevoli dei cambiamenti avvenuti in questi anni in termini di processi decisionali aziendali: siamo infatti, passati da una logica di medio-lungo termine ad una logica di breve o brevissimo periodo, a dover necessariamente avere una misura immediatamente tangibile del ritorno dell'investimento, a dover fare i conti con budget tagliati ecc. Inoltre ad essere cambiato è il ruolo dell'utente che negli ultimi anni, complici le

tecnologie e la facilità di fruizione delle stesse, è mutato profondamente sia in termini di autonomia che di "luoghi" di consumo.

Il consumatore infatti è diventato più esperto, autonomo, recupera informazioni facilmente, confronta, acquista/fruisce, condivide. ecc. Ben venga la maggiore consapevolezza dell'utente, ma il problema qui è un altro. Sembra quasi di essere al mercato della frutta, ove il servizio sta assumendo tutte le caratteristiche del prodotto. Come se le due cose potessero compararsi.

<<Scusi quanto costa un chilo di mandarini ???>>

Parliamoci chiaro se hai voglia di comprare dei mandarini, farai un sondaggio del mercato, un confronto delle varie proposte in termini di qualità/prezzo- sempreché non ci siano altre motivazioni che guidino il tuo acquisto, come potrebbe essere la fiducia nel fornitore, la provenienza dei prodotti e così via. Una volta concluso l'acquisto credo che alla domanda perché hai comprato i mandarini di tizio sapresti rispondere adducendo la tua motivazione. Fin qui tutto fila, ma il servizio è un'altra cosa: il paziente non può sostituirsi al medico. Ma non è finita qui....

la nostra esperienza negli ultimi anni è ricca di preventivi e/o offerte fatti, rifatti, modificati e rivisti all'infinito per poi rimanere come sospesi. Lo schema è sempre il medesimo: un primo contatto, sempre telefonico, al quale fa seguito una richiesta ben precisa (il nostro chilo di mandarini). Allora tu che fai? Certo dieci anni fa a questa richiesta sarebbe seguito un incontro personale, ciononostante ti entusiasmi, provi a confezionare l'offerta su misura, la invii al potenziale cliente, e attendi un riscontro, che magari arriva pure, ma nel frattempo l'esigenza è rapidamente cambiata (non sarà che i pazienti appunto devono lasciare che il medico faccia il suo mestiere e partecipi alla diagnosi/terapia...?). E tu così fai un nuovo progetto, lo modifichi anche radicalmente alla luce della nuova richiesta. E dopo, ben che ti vada, mezze risposte intrise di imbarazzo, temporeggiamenti, nella maggior parte dei casi i referenti spariscono, come desaparecidos, si negano al telefono, forse per mancanza di coraggio (o di educazione) di un "no, perché...". Ciò che ci si aspetterebbe a fronte del proprio lavoro è almeno un riscontro!

"Basta poco", direbbe Vasco, ma a volte non c'è neanche quello! E quando la fortuna gira dalla tua parte e riesci a distanza di tempo a parlare con il desaparecidos di turno, le risposte più gettonate sono: "uhm ...La direzione non ha ancora preso una decisione..", oppure "non ci sono proprio soldi (ma perché la settimana prima c'erano?)"

In sintesi la problematica essenziale risiede sia nella mancanza del feedback, sia nella snaturalizzazione del ruolo del consulente, nello svuotarlo delle sue funzioni intrinseche in termini di consigli, pareri e suggerimenti che orientano e guidano verso un acquisto consapevole. Posto che è intrinseco nella natura di ognuno di noi, essere attenti al proprio "particolare", quello di Guicciardini per capirci, e chi scrive non è certo esempio di altruisimo sfrenato, se c'è una cosa che proprio non digerisco

è questa mancanza di rispetto nei confronti di chi ha prestato la sua opera per realizzare un progetto su misura nonostante tutto, come farebbe una boutique sartoriale, e per di più in tutta fretta, in risposta a richieste che hanno la coloritura della massima urgenza e priorità. Tutto ciò racconta di una dimensione relazionale che mi piace pensare sia un po' assopita - e non totalmente persa- ! Forse è necessaria una riscoperta di quel rispetto e reciprocità per far sì che del contatto instauratosi rimanga un'esperienza a livello umano di conoscenza, confronto e crescita reciproca... perché se non possiamo salvare il contenuto, almeno salviamo la relazione.



*Caro Babbo Natale per quest'anno non ti chiedo giocattoli strabilianti, ma la semplicità di un campo dove ognuno possa giocare la sua partita nel rispetto dei ruoli e del fair play!*