

**MANAGER: LA FORMAZIONE CHE VERRA'**

Dal testo emergono trend significativi di cambiamento che per manager, direzioni HR e specialisti del settore è utile conoscere al fine di orientare le scelte del futuro

Un'interessante ricerca, la prima condotta dall' Osservatorio Managerial Learning Asfor-CFMT , è ora tradotta in un volumetto, edito da FrancoAngeli e curato da Marco Vergeat , dal titolo " Come cambia la formazione per i manager ".

Uno studio , condotto su un campione di 100 imprese con più di 1,3 milioni di dipendenti (di cui 400mila in Italia e 14mila manager in Italia e nel mondo), che mette a nudo quale sia il giudizio sulla formazione erogata negli ultimi 3 anni dalle imprese ai propri manager e quadri. Un modo per sondare, in un periodo economico non facile, quale sia l'utilità e l'aspettativa per quella che resta una delle leve attraverso le quali cambiare l'impresa e al tempo stesso fare squadra se le cose non vanno per il verso giusto.

Dal testo emergono quindi trend significativi di cambiamento che per manager, direzioni HR e specialisti del settore è utile conoscere al fine di orientare le scelte del futuro.

La formazione - così com'è erogata e strutturata - resta comunque una leva imprescindibile per guidare il cambiamento e coinvolgere a sé i manager. Lo pensano i 2/3 dei manager intervistati; preoccupa, per contro, quel terzo secondo i quali ha avuto invece una rilevanza ed utilità limitate. Su questo finiscono sul banco degli imputati i metodi impiegati, i contenuti e il coinvolgimento.

I contenuti ritenuti più significativi sono la vision, l'imprenditorialità, l'accountability, la promozione del cambiamento, la guida delle persone, la collaborazione estesa e cross-funzionale . Qui l'erogazione privilegia prevalentemente l'offerta a scaffale di cui il 50% delle imprese del target interpellato già oggi dispone.

Altro spunto interessante è la motivazione ad apprendere e al cambiamento , ovvero le metodologie attraverso le quali si porta dalla propria parte la maggior parte delle risorse interne, facendo condividere loro ed accettare i razionali di scelte economiche e strategiche. Qui il 40% del campione privilegerebbe altre metodiche ritenute più efficaci.

Infine, tra i vari spunti, quello delle nuove tecnologie , oggi disponibili ai più, e che sono valutate come un supporto utile anche nell'erogazione di proposte formative. Su questo l'indagine ci dice che ancora molto si potrebbe fare, per ottenere il vero plus dell'attività: coinvolgere le persone con modalità di scambio e collaborazione, affrontando problemi reali sviluppando progetti innovativi di utilità per l'impresa.

È tuttavia anche vero che con riferimento alle metodologie per la formazione dei manager e degli alti potenziali utilizzati fino ad oggi l'80% riconosce una rilevanza elevata o molto elevata all'aula, con il coinvolgimento dei partecipanti attraverso metodi attivi .

Nei prossimi anni - infine - oltre alle metodologie e ai contenuti, la grande variabile sarà il tempo a disposizione, risorsa sempre più limitata e per questo preziosa; seguita dalla qualità della learning experience, pregnante rispetto al business e la necessità di far lavorare realmente insieme le persone . Un punto, questo, vien da dire, su cui si investe da decenni ma, evidentemente, non andando a toccare i tasti giusti.

**Titolo: Come cambia la formazione per i manager. I risultati dell'Osservatorio Managerial Learning Asfor-CFMT**

**A cura di Marco Vergeat**

**Editore: FrancoAngeli**

**Pubblicato in licenza di Creative Commons. Free download**

**@federicounnia - Consulente in comunicazione**

**@Aures Strategie e politiche di comunicazione**

**@Aures Facebook**

**Leisure**