

L'IMPORTANZA DELLA RELAZIONE FRA COLLABORATORI E MANAGER

Market – L'importanza della relazione fra collaboratori e manager Il dialogo fra manager e collaboratori è la pratica più rilevante per l'engagement, principale modalità per realizzare un approccio inclusivo alla relazione con i collaboratori: questo risultato emerge dalla ricerca scientifica svolta dal Working Group Employee Communication dell'Università IULM su engagement e disengagement dei collaboratori nel biennio 2016-2018.

La ricerca scientifica svolta dal Working Group Employee Communication comprende: una survey su un campione di 375 imprese, statisticamente rappresentativo delle grandi aziende italiane manifatturiere e di servizi con più di 500 dipendenti, volta a indagare gli approcci manageriali adottati dalle aziende italiane per favorire l'engagement; una survey su 147 collaboratori, interpellati per comprendere quali siano dalla loro prospettiva i fattori più rilevanti per l'engagement; 13 casi di studio su altrettante aziende; 10 interviste a esperti del settore. La pratica manageriale più rilevante Collaboratori e aziende a confronto Informazioni e obiettivi La gestione delle risorse umane La pratica manageriale più rilevante

“Il dialogo manager-collaboratori emerge come prioritario ai fini dell'engagement; è la pratica manageriale ritenuta più rilevante a questo scopo sia quando si interpellano i collaboratori in prima persona sia quando sono i manager responsabili del people engagement in azienda a esprimersi. Un dialogo franco e aperto è fondamentale per la relazione fra collaboratori e capi diretti ed è rilevante anche nella relazione con il top management. Considerata la loro rilevanza, la IULM ha deciso di dedicare a questi temi cruciali per lo sviluppo culturale ed economico del nostro paese un'iniziativa permanente di collaborazione università-imprese: l'Osservatorio Employee Relations & Communication” sostiene Alessandra Mazzei, docente di Comunicazione d'impresa e Direttore dell'Osservatorio Employee Relations & Communication dell'Università IULM.

Tutti i risultati del progetto di ricerca sono raccolti nel volume “Engagement e disengagement dei collaboratori. Comunicazione interna e valorizzazione delle risorse umane per un contesto di voce” di Alessandra Mazzei, edito da FrancoAngeli e in uscita nelle librerie a inizio maggio. “È importante l'employee engagement? Lo è, lo è sempre di più perché il modo di produrre e di offrire ciò che si è prodotto è cambiato. Chi non la pensa in questo modo dovrebbe per primo leggere il libro di Alessandra Mazzei. Chi, invece, lo ha già capito nel volume troverà food for thought” ha affermato nella prefazione del volume Luca Pellegrini, Preside della Facoltà di Comunicazione, relazioni pubbliche e pubblicità dell'Università IULM. related smart cities technology Il futuro è della Smart Citysocial market Gli italiani e i social media Collaboratori e aziende a confronto

Dai dati raccolti dalla survey sui collaboratori, risulta che gli strumenti della comunicazione interna sono ritenuti molto importanti per incentivare l'employee engagement; su una scala da 1 a 5, tutti gli strumenti superano la media del 3 e alcuni si avvicinano al 4. Questi risultati si discostano da quelli della survey sulle grandi aziende: i responsabili del people engagement vi hanno attribuito mediamente rilevanza più bassa. In particolare, per i collaboratori gli incontri informali con il top management risultano l'iniziativa di comunicazione interna più importante (3,8); mentre per le aziende sono solo il sesto strumento in ordine di rilevanza (2,8). Al contrario per le aziende gli strumenti mediati come le newsletter, i blog, le e-mail (3,2) e le intranet e le TV aziendali (3,0) sono fra i primi; mentre per i collaboratori sono i meno rilevanti (3,3). La comunicazione a cascata è considerata in assoluto l'iniziativa più rilevante dai responsabili del people engagement interpellati nella survey sulle grandi aziende (3,6), mentre per i collaboratori è al terzo posto (3,6) dopo incontri informali con il top management (3,8) e convention (3,6).

manager Informazioni e obiettivi I collaboratori attribuiscono dunque molta rilevanza alle occasioni di incontro con il top management e ancora

maggior rilevanza riveste per loro il dialogo manager-collaboratori. Interpellati su una serie di pratiche manageriali per l'engagement, i collaboratori hanno infatti rilevato come le più importanti per loro siano il dialogo manager-collaboratori per fornire informazioni o spiegare obiettivi, piani, strategie (4,5); e le conversazioni informali per sollecitare il feedback dei collaboratori (4,1). Questo risultato è analogo a quello emerso dalla survey sulle aziende, sebbene con medie più alte per i collaboratori; i responsabili del people engagement delle grandi aziende hanno infatti attribuito in media un valore di 3,8 al dialogo manager-collaboratori e 3,4 alle conversazioni informali per sollecitare il feedback dei collaboratori.

Donne manager La gestione delle risorse umane Per quel che riguarda le pratiche di gestione delle risorse umane i collaboratori attribuiscono una rilevanza media molto elevata; soprattutto quelle che tutelano il lavoratore e la sua vita in termini di sicurezza (contratto a tempo indeterminato: 4,7) e flessibilità (smart working: 4,4). I responsabili del people engagement interpellati nella survey sulle grandi aziende, invece, ne attribuiscono in media una rilevanza più bassa. I manager attribuiscono molta rilevanza a job rotation (3,5) e job posting (3,5), cioè alle opportunità di sviluppo interne all'aziende. Mentre i collaboratori valutano molto di più lo smart working (4,4) e il retraining (4,4); cioè gli strumenti per l'autonomia professionale e per la propria employability.

Tags: business - lavoro - manager TAGS business lavoro manager