

With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union



MANAGER TRANSITION





Obiettivi del modulo

- Riconoscere l'importanza della motivazione e del clima di fiducia all'interno dell'organizzazione per accompagnare la manager transition
- Individuare ed adottare comportamenti coerenti al ruolo manageriale e valorizzazione performance individuali ed aziendali





MOTIVATION

La motivazione rientra tra le principali responsabilità di un manager chiamato in prima persona a dare l'esempio con il suo comportamento.

Motivare: indurre qualcuno a impegnarsi in un'azione o in un'attività infondendogli motivazioni e stimoli,

Il termine **Motivazione** deriva dal latino “**motus**”, ossia movimento e indica il muoversi di un soggetto verso uno scopo.





Le risorse umane sono spinte da una diversa motivazione al raggiungimento del risultato:

Outside motivation : basata su forze esterne (premi, riconoscimenti, buone valutazioni, clima, ambiente di lavoro ecc)

Inside Motivation : basata su forze interne degli individui (traguardi da raggiungere, valori personali, volontà e desiderio di apprendere, bisogni fisici, sociali, autostima).





Come agisce un manager in azienda ?

- fissa gli obiettivi,
- valuta le performance,
- definisce lo sviluppo dei collaboratori,
- pianifica i progetti e li assegna alle risorse

La motivazione è il driver che in ambito lavorativo permette di sentirci coinvolti e/o appagati quando è chiara e il più possibile condivisa; permette di trovare l'energia adeguata a mettere in atto comportamenti e a sostenere sforzi appropriati e diretti nella direzione più opportuna. *(Edward Spranger)*

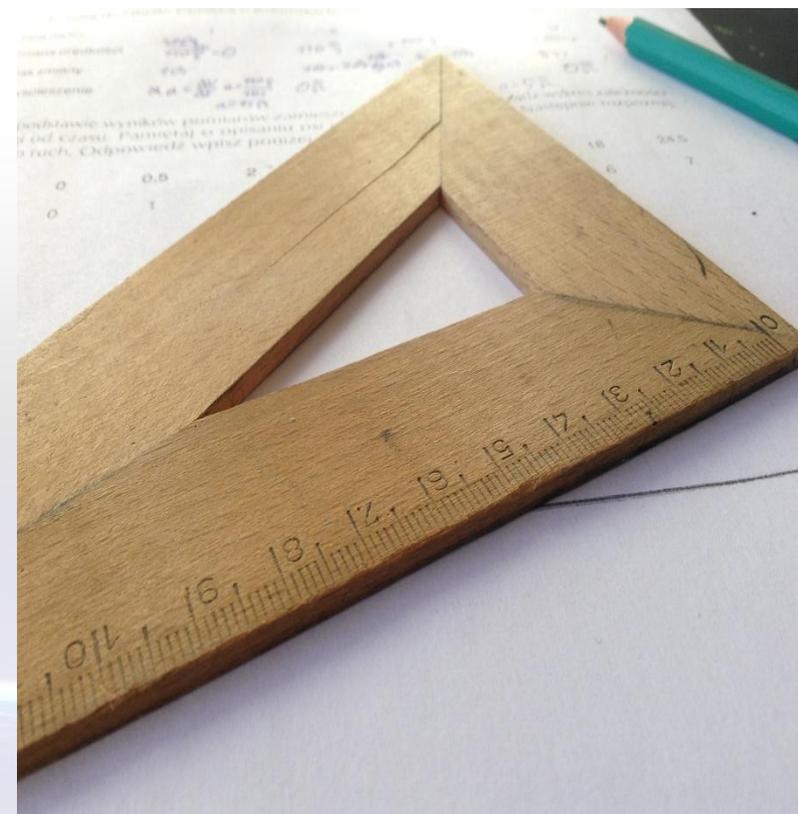


I parametri per la valutazione di una manager transition efficace:

Motivazione: le persone sono capaci di darsi degli obiettivi realizzabili, ma sfidanti?

Responsabilità: le persone vogliono assumersene? Hanno le capacità necessarie per portare a termine il loro compito?

Competenza ed esperienza: i collaboratori sono dotati di questi due elementi?





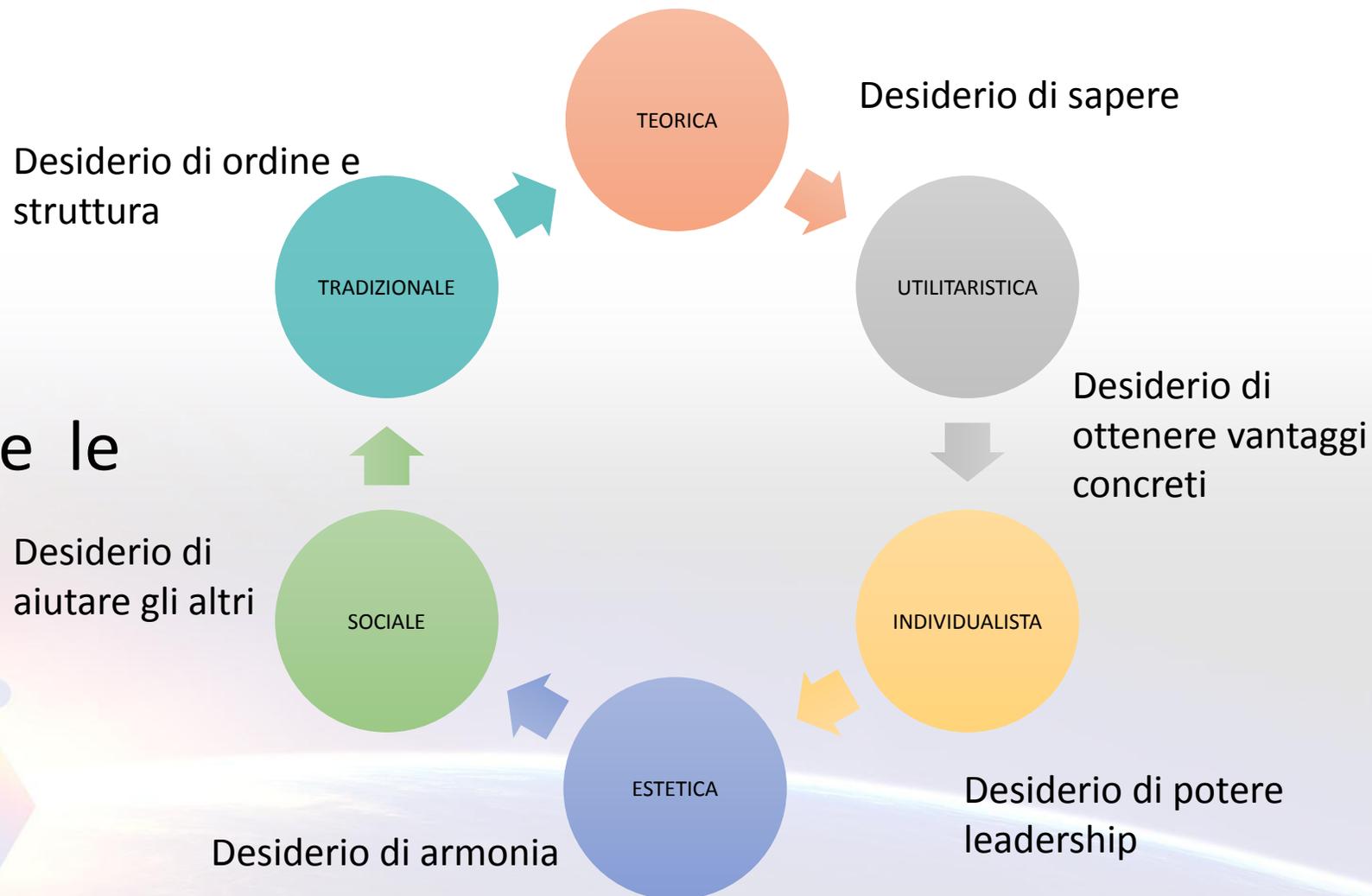
MOTIVATION LEVERS



Esistono leve motivazionali che spingono le persone ad agire in una certa direzione per ottenere risultati efficaci in azienda in termini di performance individuali e di gruppo



6 Motivation Levers
(Edward Spranger)
forniscono la possibilità
di individuare cosa spinge le
persone ad agire
ed ottenere risultati





TEORICA

Teorica: la motivazione teorica esprime il bisogno di conoscenza; il desiderio di migliorare le proprie competenze; la ricerca di dati e spiegazioni autorevoli.

UTILITARISTICA

Utilitaristica: esprime il desiderio di ottenere vantaggi concreti e misurabili; il timore di sprecare risorse; l'attenzione agli aspetti economici.



INDIVIDUALISTA

Individualistica:

esprime il desiderio di distinguersi e primeggiare; la ricerca di leadership, visibilità e prestigio; il timore per l'anonimato.

ESTETICA

Estetica: la motivazione estetica indica il bisogno di armonia a livello relazionale e nelle situazioni di vita; rifugge il conflitto e le situazioni di tensione.



SOCIALE

Sociale: la motivazione sociale incarna il desiderio di essere di aiuto agli altri e il timore di passare per egoista e indifferente.

TRADIZION
ALE

Tradizionale: la motivazione tradizionale esprime il desiderio di coerenza; la ricerca di punti di riferimento solidi e stabili nel tempo; il timore di non essere nel giusto solco valoriale.



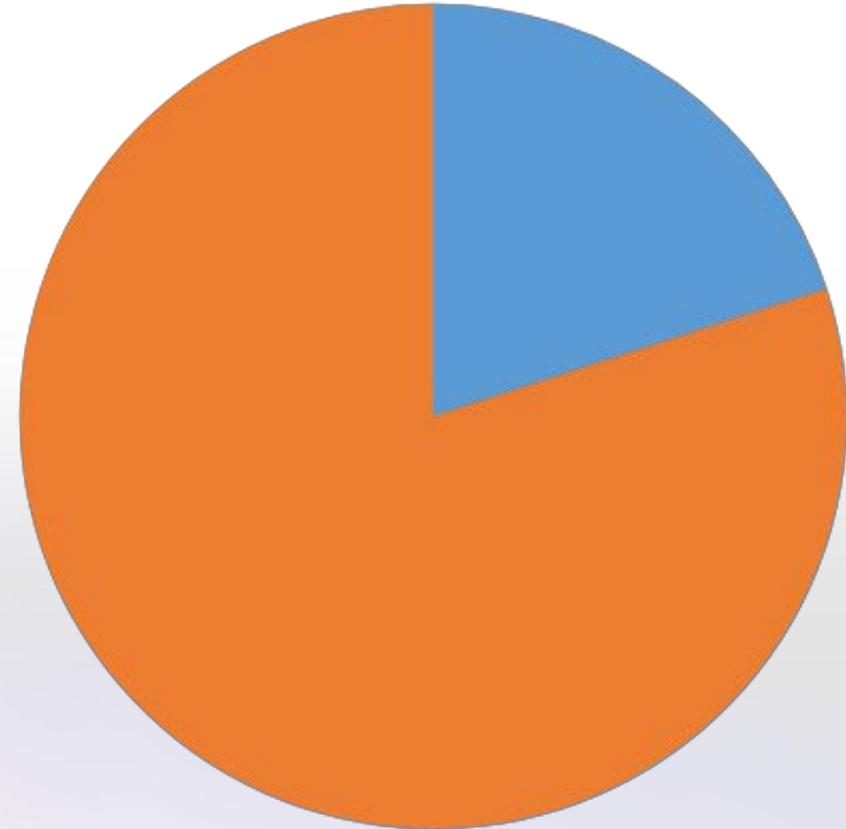
Conoscere le leve motivazionali
aiuta i manager a utilizzare al
meglio le potenzialità delle
risorse umane e ad adottare
azioni e comportamenti
funzionali a tenere alta la
motivazione dei collaboratori





Un manager influenza il successo dell'organizzazione solo nella misura del 10-20%.

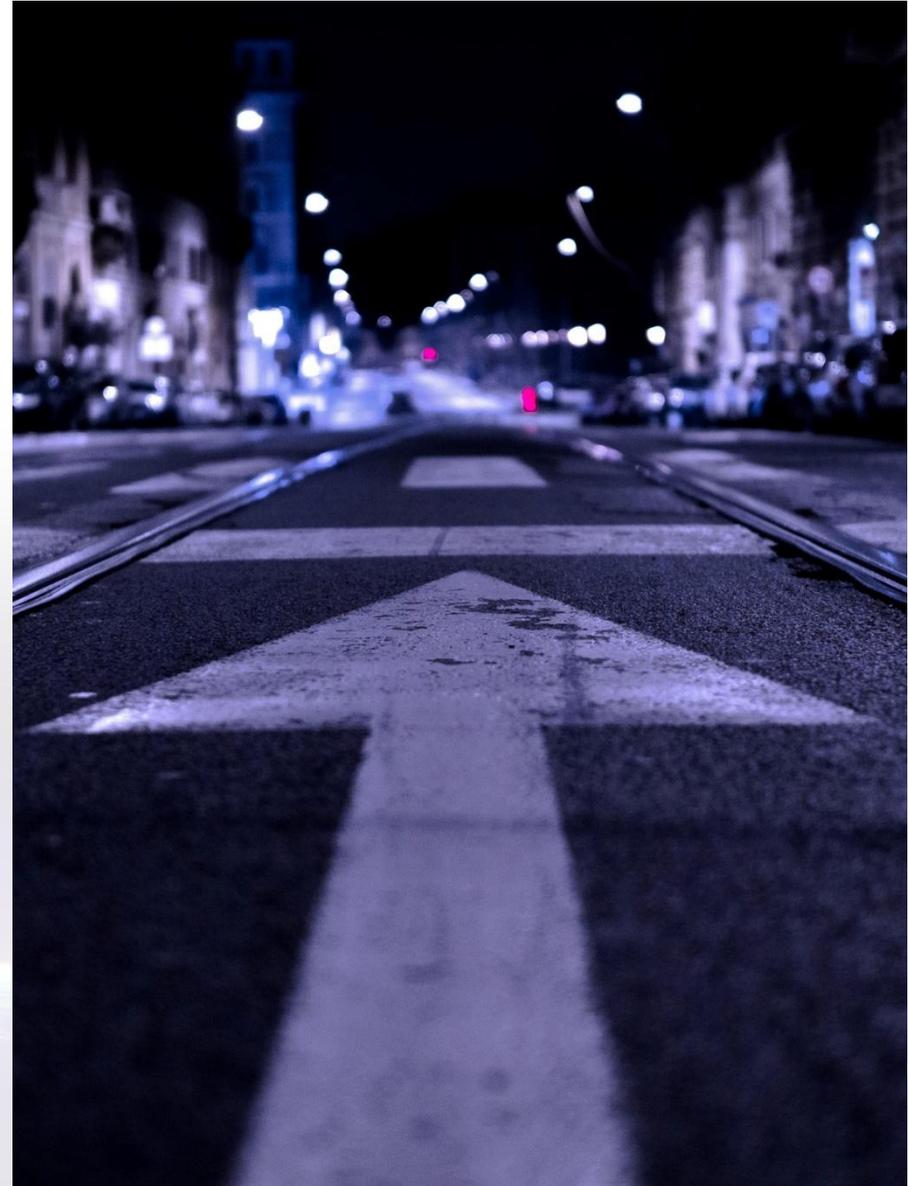
I collaboratori, che rappresentano il vero "fattore umano", nel restante 80-90%.





Sapere “perché” le persone decidono di collaborare è un’informazione importante per il manager.

Coinvolgere le persone nella definizione degli obiettivi, condividere le aspettative reciproche, riconoscere e valorizzare i loro punti di forza rappresentano elementi di successo.





TRUST

La fiducia è uno dei driver che stanno alla base delle relazioni e della gestione del gruppo di lavoro in capo ad un manager. Perché il manager gestisca i collaboratori in maniera efficace deve esserci un rapporto di fiducia che implementi responsabilità e condivisione degli obiettivi.



La Fiducia si presenta nelle relazioni in azienda su due livelli:

1. Fiducia in se stessi - self confidence
2. Dare ed ottenere fiducia dagli altri (give and gain trust)
se mi fido di me stesso e mi fido dei miei colleghi potrò ottenere il meglio da me stesso ed ottenere il meglio dagli altri.

Un clima di fiducia nelle organizzazioni impatta in maniera rilevante sulle performance e sul benessere organizzativo.

La fiducia è il termometro emotivo delle relazioni, misura quanto le persone si sentono libere di esprimere le proprie idee, quanto si sentono al sicuro quando dicono qualcosa che non è in linea con il pensiero del manager.



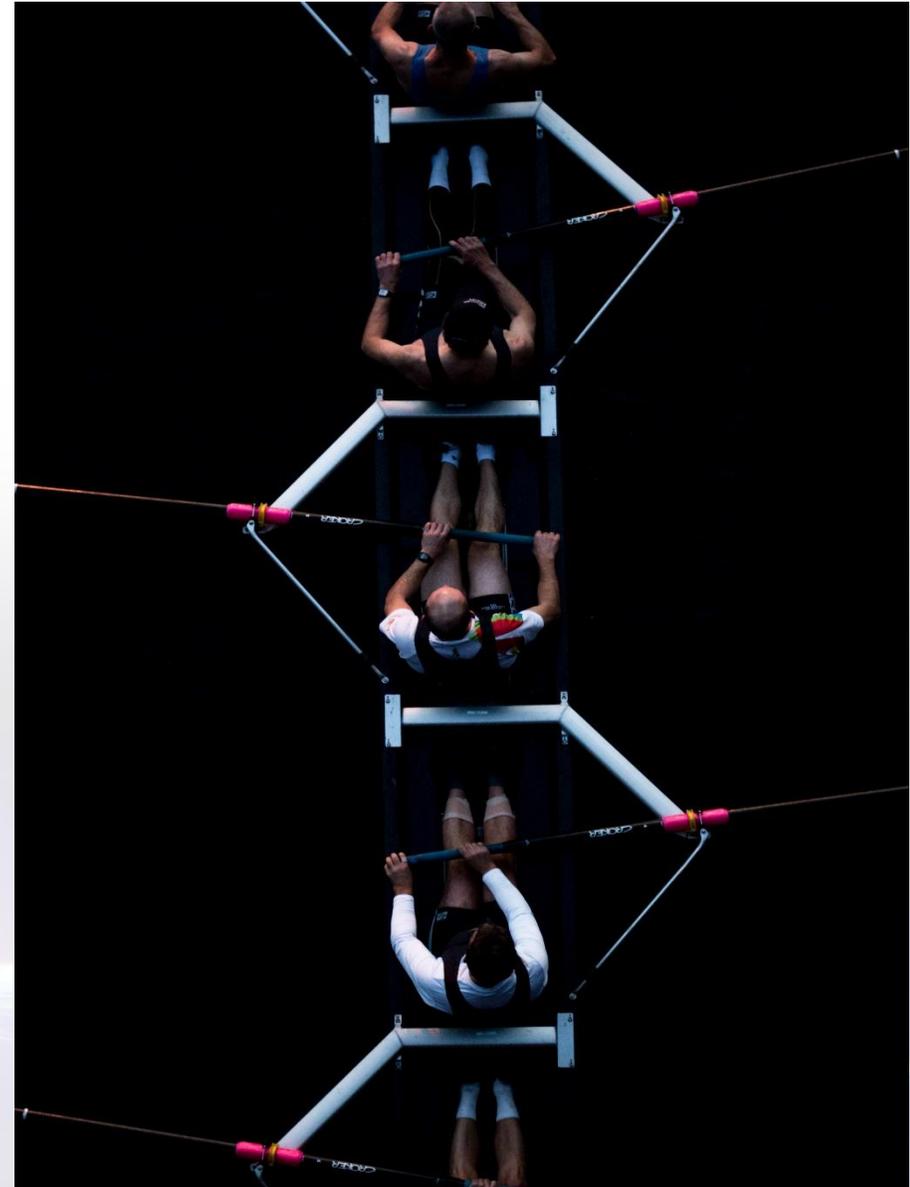
COLLABORATION

Il manager per raggiungere obiettivi aziendali deve necessariamente attivare un rapporto di condivisione, confronto e scambio con i propri collaboratori membri del team



In azienda, una buona collaborazione è l'ingrediente essenziale per ottenere migliori performance e raggiungere il successo.

- Quali sono gli elementi per promuovere la collaborazione?
- Obiettivi chiari e condivisi
- Ruoli definiti
- Cultura dell'apprendimento dall'errore





Da una recente ricerca di Google emerge che i gruppi di lavoro ottengono le performance migliori quanto hanno un'alta capacità di collaborare e dal tipo di collaborazioni e interazioni che si creano tra le persone:

le persone devono comunicare tra loro. Se si ascoltano e mostrano empatia reciproca e condividono le loro conoscenze sono più facilitate a raggiungere gli obiettivi



Bibliografia

- Blanchard K., Leadership in pillole. Scopri la formula vincente per ottenere il massimo dalla tua squadra- 2015
- Paul Hersey Kenneth Blanchard-Leadership situazionale Spierling & Kupfer – 1984
- Eduard Spranger Edward “Lebensformen. Geisteswissenschaftliche Psychologie und Ethik der Persönlichkeit” (1914; Types of Men)
- R. Denny, Motivazione: arma vincente. Franco Angeli- 2007
- G.P. Quaglino, Voglia di fare. Motivati per crescere nelle organizzazioni. Guerini e Associati- Collana Isvor Fiat 1999

With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union

