

I SEMINARI DI RIFLESSIONE STRATEGICA PER L'ALTA DIREZIONE

I Seminari di riflessione strategica offrono ai *top manager* un tempo ritrovato di distacco dall'emergenza quotidiana, in cui vivere il lusso indispensabile del confronto con idee nuove, fertili dubbi, intuizioni progettuali.

Le caratteristiche comuni a tutti i Seminari:

- sono rivolti a **manager e capi azienda** impegnati nella gestione della complessità
- sono finestre sulle tematiche di maggiore **impatto sul business** e sull'organizzazione, in linea con l'elaborazione più avanzata
- sono **laboratori di pensiero** dove il contributo degli esperti si confronta e si integra con l'esperienza dei Manager nel vivo delle loro problematiche reali
- stimolano l'**interazione** tra persone differenti per esperienza, visione, cultura d'impresa e valorizzano la peculiarità di ogni contributo

AD 01	L'identità organizzativa: un processo sempre in atto (p. 3)
AD 02	Filo Rosso - Modelli di leadership (p. 4)
AD 03	Management 4 Change-Idee per cambiare, sostenibilmente (p. 5)
AD 04	Gestione strategica delle Risorse Umane (p. 6)
AD 05	Bilancio Sociale e modelli di Corporate Social Responsibility (p. 7)

AD 01 L'identità organizzativa: un processo sempre in atto

Le aziende non vivono solo di prodotti, di *market share* e di numeri, ma anche di persone alle quali viene chiesto di aderire ai valori fondanti dell'organizzazione.

Proprio quando c'è bisogno di fare quadrato emerge il tema dell'identità organizzativa. In questo scenario slogan come "essere gruppo", "fare squadra", "remare tutti nella stessa direzione", "siamo una grande famiglia" risuonano nel vuoto di un'inutile retorica.

Se la *mission*, la *vision* e i valori di un'azienda e, più in generale, la sua identità nascono a tavolino e non sono il frutto della riflessione quotidiana di ciascun individuo e degli individui tra loro, alla prova dei fatti mostreranno tutta la loro fragilità e la loro incapacità di creare coesione.

L'identità organizzativa: un processo sempre in atto

è il seminario Satef di riflessione strategica sull'identità dell'azienda e su come essa venga percepita e continuamente costruita dalle persone che la compongono.

Utilizzando tecniche quali l'organizzazione narrata, l'espressione corporea, le arti figurative, le metafore dell'organizzazione, i manager vivono le diverse percezioni dell'identità aziendale, mettendo a fuoco gli elementi di cittadinanza da condividere e diffondere.



I motivi per scegliere "L'identità organizzativa: un processo sempre in atto"

- È uno Strategic Lab basato sulla narrazione, la metafora, l'espressione corporea
- Integra il sentire con il pensare
- Stimola una riflessione libera e fuori dagli stereotipi sugli elementi identitari della propria organizzazione

"...viandante, non c'è via, la via si fa con l'andare" (Antonio Machado)

AD 02 Filo Rosso - Modelli di leadership

Si dice spesso che l'azienda è il riflesso dei suoi leader: rispecchia la loro cultura, i loro valori, i loro comportamenti; persegue la loro visione e si impegna a realizzare i loro obiettivi.

L'esercizio della *leadership*, quindi, è la fonte primaria dell'identità di un'impresa, è il **Filo Rosso** che tiene insieme attività, aspettative, motivazioni delle persone che lavorano con l'azienda; di conseguenza, il leader deve evitare di affidarsi a modelli asettici o di seguire formule *one minute* che promettono ricette miracolose.

Filo Rosso è la proposta Satef per *top manager*: non una enunciazione analitica dei tanti modelli esistenti, o la consueta proposta di formazione tecnocentrica, ma un seminario riflessivo sulla *leadership*, fondato sulla miscela misteriosa di carisma, visione, motivazione, valori, orientamenti che crea un leader e sulla sua capacità di liberare intelligenza collettiva indirizzandola anche verso gli obiettivi di *business*.



I giochi didattici, le esperienze emozionali, le metafore culturali che si vivono in un'edizione di **Filo Rosso** ne fanno un'occasione formativa di inconsueta profondità. Essa è, soprattutto, ricerca di una modalità di *leadership* propria e sostenibile, che non si curi del dover essere ma riposi sui sogni e le motivazioni più profonde dell'essere, di se stessi e dei propri collaboratori; ed è ricerca di equilibri possibili tra lavoro, servizio, potere e risultati.

Il seminario strategico "Filo Rosso" è diverso dagli altri perché:

- Lavora con la testa, ma chiama in causa il cuore
- Si fonda sull'ascolto, non sul rumore
- Utilizza modalità altamente sfidanti ed originali
- Non dà ricette, ma attiva il pensiero
- Non propone il nostro modello di *leadership*, ma vi aiuta a cercare e trovare il vostro

"Diventa ciò che sei!" (Agostino da Ippona)

AD 03 Management 4 Change-Idee per cambiare, sostenibilmente

Se il mercato è l'oceano del *business* e il cambiamento è il suo vento, l'azienda è il vascello che vi deve navigare. E i manager ne sono i timonieri, intenti a raccogliere energie, consensi, idee utili a cambiare in direzione di una visione nuova. *"I have a dream"*: un'immagine semplice che ha mobilitato moltitudini di cuori verso un obiettivo nuovo...

Management 4 Change è la proposta Satef di riflessione manageriale sui temi del cambiamento.

In una splendida cornice naturale, immersi tra i sapori e i profumi di prodotti enogastronomici regionali, i manager potranno esplorare con gusto le 4 dimensioni fondanti del cambiamento:

- economicità: cambiare è un investimento ad alto valore aggiunto che deve generare un ritorno per tutti gli *stakeholder* interni ed esterni all'azienda
- sistematicità: la forza inarrestabile del cambiamento richiede un *mindset* manageriale e la capacità di percepire e utilizzare l'energia positiva ovunque essa si trovi all'interno del sistema
- ascolto: in fase di cambiamento, un minuto di silenzio passato ad ascoltare vale più di dieci ore di parole, per percepire con le emozioni ciò che la ragione fatica a sentire
- trasparenza: la motivazione, il consenso, l'allineamento al cambiamento si alimentano continuamente di calorie comunicative, troppo spesso abbandonate a raffreddarsi.

Attraverso testimonianze, provocazioni e stimoli, silenzio e ascolto, riflessione individuale e in gruppo **management 4 Change** offre l'occasione per confrontarsi con le domande chiave del cambiamento: perché cambiare? Che cosa c'è alla fine del cambiamento? Qual è il mio sogno? Come farlo diventare il nostro sogno? E, infine: qual è la strada per realizzarlo?



4 ragioni per scegliere "Management 4 Change"

- È uno *Strategic Lab* basato sull'ascolto
- Integra il piacere della riflessione con il piacere del gusto
- Valorizza le persone come leva principale per il cambiamento
- Permette il confronto con testimoni di alto profilo

"Solo cambiando gli uomini possiamo cambiare il mondo" (Charles Wells)

AD 04 Gestione strategica delle Risorse Umane

L'entusiasmo, la competenza e l'affidabilità delle persone sono la vera dimensione critica dell'organizzazione: quando le persone funzionano nessuna difficoltà, per quanto ardua, appare insormontabile.

Gestire le Risorse Umane significa individuare ruoli, compiti ed obiettivi, valutare *performance*, elaborare e gestire sistemi incentivanti, intervistare e raccogliere informazioni, elaborare e realizzare piani di sviluppo individuali, comunicare ad ogni livello dell'organizzazione.

Ma, soprattutto, significa lavorare con le persone, con le loro attese, desideri e bisogni, sostenendone la motivazione e il *drive*.

Gestione strategica delle Risorse Umane è un'occasione per riflettere sugli aspetti di fondo della questione: che cosa desidero dalle persone e, soprattutto, perché? Quale livello di coinvolgimento è necessario e possibile chiedere loro?

Che cosa sono disposto a dare in cambio, personalmente e come organizzazione? Quale sistema di ascolto e di *feedback* voglio creare? Quali leve utilizzare per ottenere il meglio da ognuno?

È possibile perseguire contemporaneamente il benessere organizzativo e quello individuale?



Gestione strategica delle Risorse Umane non offre ricette preconfezionate, ma vi mette in grado di trovare risposte alle vostre domande: lo fa attraverso il confronto con testimoni qualificati, stimoli e provocazioni di docenti esperti, la riflessione e l'elaborazione collettiva e individuale, con il supporto di Consulenti Satef di comprovata esperienza.

Perché con Satef?

- Perché lavoriamo da 30 anni con e per le Risorse Umane
- Perché lo facciamo in contesti diversi e lontani tra loro
- Perché sappiamo che non esistono due risposte uguali alla stessa domanda, se è posta in contesti organizzativi diversi
- Perché abbiamo appreso nella nostra stessa organizzazione quanto sia importante puntare sulle persone, consapevolmente: ogni nostra convinzione nasce dall'esperienza diretta

“Non ci sono né cattive erbe né uomini cattivi. Ci sono solo cattivi coltivatori” (Victor Hugo)

AD 05 Bilancio Sociale e modelli di Corporate Social Responsibility

Fare un buon margine, offrire prodotti di qualità superiore, aprire costantemente nuovi mercati oggi non basta. Non è più sufficiente l'idea che l'unica responsabilità di un'impresa sia di far crescere i profitti stando alle regole del gioco.

Le conseguenze del proprio agire produttivo riguardano tutti gli *stakeholder* della nostra attività.

Quanto costa alla Comunità il raggiungimento dei nostri obiettivi? Che impatto hanno i risultati che riusciamo ad ottenere?

Ma soprattutto: quali conseguenze positive ha sulla nostra azienda un'azione di *business* socialmente responsabile?



Spesso, dietro nuovi vincoli, si celano opportunità insperate.

La scommessa su un mercato più attento alle conseguenze delle proprie azioni ha già premiato, anche economicamente, le aziende impegnate a dimostrare la propria assunzione di Responsabilità Sociale: il rendere conto porta al rendersi conto.

Satef ha lavorato con enti pubblici ed aziende private nel delineare le tappe di questo processo delicato ma potenzialmente vantaggioso, perchè riverbera sull'organizzazione energia e motivazione nuove.

Conoscenza, metodo e sensibilità permettono di innescare cambiamenti realmente partecipati: così i principi e i valori dichiarati divengono viva merce di scambio all'interno dell'organizzazione e nel suo rapporto con il territorio.

Bilancio Sociale e modelli di Corporate Social Responsibility porta questi temi all'attenzione dei *top manager*, attraverso testimonianze, casi di successo, provocazioni e, soprattutto, una situazione aperta alla riflessione e all'elaborazione personale e collettiva.

Perché "Bilancio Sociale e modelli di Corporate Social Responsibility"?

- Perché il mondo è complesso, e fingere che sia semplice è ingannarsi
- Perché avere *stakeholder* soddisfatti è ben più che avere solo clienti soddisfatti
- Perché migliorare il proprio Bilancio Sociale porta a migliorare anche il proprio bilancio aziendale

"La responsabilità è il prezzo della grandezza" (Winston Churchill)