



SelfLeadership & Felicità al Lavoro

27 Novembre 2019

Sandro **Formica**, Ph.D.



IL MIO PERCHÉ



SANDRO FORMICA, Ph.D.
Professore Autore e Speaker

Ordinario del corso Master, “Manager di Te Stesso, Manager degli Altri” presso la Florida International University, Miami, U.S.A.

Sandro Formica vive ogni giorno in allineamento con il proprio proposito di vita, quello di sviluppare organizzazioni fondate sull'economia della felicità attraverso l'auto-consapevolezza di coloro in cui vi operano. Il suo modello di cambiamento è volto all'allineamento e all'integrazione di un percorso individuale con gli obiettivi e la missione dell'organizzazione. **Nato e testato sul campo come strumento di strategia aziendale, si è evoluto nel corso di due decenni per integrare competenze e talenti all'interno di un'organizzazione consapevole gestita da dirigenti in grado di conoscere se stessi e riconoscersi negli altri.** Il suo contributo al World Happiness Summit 2018 e 2019 si concentra sulla dimostrazione pratico-scientifica dell'**aumento della performance individuale e di organizzazioni utilizzando l'economia della felicità.**

Da oltre un decennio, Sandro, insegna alla SDA e al Master dell'Università Commerciale Luigi Bocconi. Ha pubblicato oltre cento articoli in riviste accademiche internazionali, atti di conferenze mondiali e riviste di settore. I suoi articoli si concentrano prevalentemente nei settori del **management strategico, dei trends e della pianificazione e sviluppo delle organizzazioni.** I risultati dei suoi studi sono stati presentati in cinque continenti, presso conferenze quali il **Congresso Mondiale del Business e la Conferenza Mondiale sulla Qualità della Vita.**

Il suo ultimo testo universitario, **Personal Empowerment: Empower the Leader Within You**, è fortemente radicato su basi scientifiche e nel contempo offre un **approccio pratico con oltre cento esercitazioni** volte alla creazione di un progetto di **gestione delle soft skills** che inevitabilmente aumentano la felicità, la sostenibilità e la profittabilità.

9 STEP

Benefici

1.

La conoscenza e padronanza dei propri **bisogni** e di quelli degli altri risulta in un miglioramento della **soddisfazione al lavoro** e dell'**efficienza nel teamwork**.

2.

L'approfondimento dei **valori** e il loro allineamento alle azioni di tutti coloro che lavorano in azienda **aumentano la capacità decisionale**, e **supportano la leadership**.

3.

Quando le **competenze** vengono sviluppate a supporto dei **talenti** la percezione del lavoro cambia gradualmente per trasformarsi in un'**opportunità di crescita e sviluppo**.

4.

Il 70% delle **convinzioni** che abbiamo sono negative. Il lavoro di trasformazione di queste convinzioni in convinzioni positive accresce il **successo individuale** e quello **organizzativo**.

5.

L'**intelligenza emotiva** (IE) è direttamente proporzionale alla redditività. **Quando l'IE sale, i ricavi aumentano**.

6.

La **comunicazione empatica** aumenta drasticamente la **risoluzione dei conflitti** in azienda e accresce il livello di **collaborazione e benessere**.

7.

Quando il **proposito di vita** dei singoli è allineato a quello dell'azienda tutte le **metriche** che misurano la performance aziendale **puntano in alto**.

8.

Esercitare consapevolmente le nostre capacità a **immaginare**, aumenta la **creatività e l'innovazione aziendale**.

9.

Il **piano di vita** aumenta il **valore aziendale** creando i presupposti per sviluppare sinergie tra la **progettualità del collaboratore e la strategia dell'organizzazione**.

Step 1

Bisogni

Step 2

Valori

Step 3

Talenti e Competenze

Step 4

Convinzioni e programmazione mentale

Step 5

Intelligenza emotiva

Step 6

Comunicazione empatica

Step 7

Proposito di vita

Step 8

Creatività e immaginazione

Step 9

Piano di vita

Step 1: Bisogni

I bisogni rappresentano la prima fase della Scienza di Sé in quanto tutti i comportamenti sono riconducibili alla soddisfazione di uno o più bisogni. Pertanto, acquisire consapevolezza di come ci comportiamo in relazione ai bisogni che desideriamo soddisfare ci permette di verificare l'esistenza di comportamenti alternativi a quelli esistenti che siano più sostenibili e che favoriscano il benessere a medio e lungo termine dell'individuo, dell'azienda e della collettività. L'obiettivo dello studio esperienziale sui bisogni è quello di raggiungere l'auto-realizzazione o il proprio potenziale più elevato.

Step 2: Valori

I valori, a differenza dei bisogni che sono universali e accomunano tutti gli esseri umani, sono unici e influenzano le nostre scelte, da quelle più semplici, come svolgere un compito di routine, a quelle più impattanti, come le decisioni strategiche che influenzeranno l'azienda nei prossimi cinque anni. Tutti noi siamo sotto una profonda influenza del condizionamento sociale, che ci spinge ad adottare valori comunemente accettati dagli ambienti che frequentiamo e ci forza ad abbandonare i veri valori che ci rendono unici. Così facendo, contribuiamo a creare un forte appiattimento dell'individuo a discapito della performance personale e aziendale. Riscoprire e coltivare i propri valori permette all'individuo e alla società di cui fa parte, di emergere enfatizzando i punti di forza e accrescendo la soddisfazione e la produttività.

Step 3: Talenti e Competenze

I talenti e le competenze. Così come abbiamo sacrificato i valori personali a vantaggio di quelli ritenuti "accettabili" dalla società, allo stesso modo abbiamo abbandonato uno o più talenti in quanto considerati non "utili" o "conformi" o "appropriati" dalla collettività. Frequentemente, le persone confessano di aver lasciato da parte il proprio talento per la musica, l'arte, il gioco, ecc. in quanto non avrebbe contribuito a trovare un lavoro. La realtà è che grazie all'accettazione, lo stimolo e il supporto dei talenti individuali che le aziende hanno creato il loro successo, la loro vena innovativa e la loro unicità. Nel verificare le competenze apprese fin ora e quelle che verranno acquisite in futuro, viene prestata particolare attenzione all'allineamento di quest'ultime ai propri talenti. Una volta coscienti dei propri talenti, l'obiettivo è quello di alimentare competenze che possano mettere ancora più in risalto quei talenti per creare metodi competitivi supportati da "unique selling propositions". Inoltre, il mancato allineamento tra talenti e competenze creerebbe, come spesso accade, uno scollamento tra i compiti che svolgiamo ogni giorno al lavoro e il contributo che potremmo dare all'organizzazione e a noi stessi nell'esprimere e mettere in pratica i propri talenti.

Step 4: Convinzioni

Le convinzioni non sono altro che la nostra programmazione mentale. La scienza ha stabilito che abbiamo dai 50.000 agli 80.000 pensieri al giorno e la maggior parte di quei pensieri è negativa. I pensieri nascono e sono direttamente influenzati dalle nostre convinzioni. Infatti, nell'osservare il medesimo evento, io e te creeremo percezioni e pensieri differenti. Quei pensieri sono inequivocabilmente allineati alle convinzioni personali che sono radicate nel cervello rettile. Le convinzioni agiscono come filtri che permettono di interpretare quello che viviamo. Visto che la maggior parte dei pensieri che facciamo va contro noi stessi, è in antitesi con ciò che vogliamo creare e, spesso, contro il benessere dell'azienda, quest'area della Scienza del Sé ha come obiettivo primario quello di raggiungere la consapevolezza delle proprie convinzioni e di modificare quelle che danneggiano non solo noi stessi, ma anche coloro che ci sono vicini, per aumentare la soddisfazione e la performance personale e collettiva.

Step 5: Intelligenza Emotiva

Dopo decenni di ricerche è stato dimostrato e confermato che **l'intelligenza emotiva** è di gran lunga più importante di quella intellettuale, non solo al fine di vivere una vita felice e ricca di soddisfazioni, ma anche dal punto di vista della produttività e della leadership. Quest'area di studio esperienziale aiuta a familiarizzare dipendenti e organizzazioni con gli aspetti dell'emotività che sono critici per prendere decisioni e per tessere rapporti sostenibili e di mutuo apprezzamento, rispetto ed empatia. L'obiettivo è quello di imparare un nuovo linguaggio, quello delle emozioni, e mettere in funzione delle facoltà che aiutano a limitare o eliminare incertezze e confusione per poter prendere decisioni e portare avanti scelte in totale consapevolezza, supportate da una radicata resilienza.

Step 6: Comunicazione Empatica

La comunicazione è lo strumento primario per la soddisfazione dei propri bisogni. In azienda, tendiamo a puntare le dita verso l'altra persona, la quale non ha alternative se non quella di attaccare o di difendersi. La tecnica di comunicazione insegnata in quest'area della Scienza del Sé si basa sulle capacità delle persone di interpretare fatti ed eventi senza filtri, di esprimere l'emozione scaturita da quegli eventi e di specificare con chiarezza e semplicità il bisogno che desideriamo essere soddisfatto. A conclusione di questa metodologia di comunicazione, l'interlocutore è in grado di formulare una richiesta. L'efficacia di questo strumento si basa sul fatto che quando si esprime ciò che è vero dentro di noi—emozioni e bisogni—e si fanno delle richieste chiare, le probabilità di successo nel creare empatia e nell'ottenere ciò che vogliamo è molto più elevata di quando mettiamo in evidenza quello che è sbagliato nell'altra persona. Questa metodologia di comunicazione, tra l'altro, risulta come una delle più efficaci nella gestione e risoluzione dei conflitti in azienda.

Step 7: Proposito di vita

Il proposito di vita è rappresentato dal nostro impegno e dedizione, attraverso talenti e competenze, a un qualcosa che è più grande di noi stessi. Funge da bussola interiore e ci permette di determinare, in ogni momento della nostra esistenza, in quale direzione ci stiamo dirigendo e se quella direzione ci aiuta a raggiungere gli obiettivi che ci siamo dati. Tutti noi abbiamo un proposito di vita: tuttavia, molti di noi lo abbiamo accantonato a causa del condizionamento della società in cui viviamo. Vivere una vita senza un proposito è come guidare l'auto senza sapere dove andare, senza avere una destinazione finale. Ecco perché le persone che hanno un proposito e lo perseguono vivono fino a sette anni più a lungo degli altri, sono più felici e si ammalano di meno. uno studio effettuato dalla Ernst & Young ed Harvard ha rivelato che le aziende che utilizzano il proposito come strumento strategico principale sono di gran lunga più performanti delle altre aziende. in conclusione, benefici che scaturiscono dallo studio, la consapevolezza e la dedizione al proposito di vita influenzano tutti gli aspetti di vita.

Step 8: Creatività ed Immaginazione

L'immaginazione è il volano dell'evoluzione. Aiuta a risolvere i problemi, è alla base dell'innovazione, stimola l'economia e, complessivamente, promuove la crescita in ogni aspetto di vita. Tuttavia, coloro che lavorano in azienda hanno generalmente ricevuto una formazione tecnico analitica, che enfatizza quasi esclusivamente la logica, l'analisi, la razionalità, la coerenza e la sistematicità. Anche al giorno d'oggi, dove la medicina e lo sport ne hanno testato scientificamente i benefici e utilizzano l'immaginazione per migliorare le condizioni dei pazienti e la performance degli atleti, consideriamo l'immaginazione quasi un tabù, un difetto o, alla migliore delle ipotesi, una facoltà ricreativa. L'obiettivo di questo modulo è quello di rimettere in funzione la parte destra del cervello, quella creativa, sensoriale e intuitiva, per permettere a coloro che lavorano in azienda di esprimere al meglio quelle potenzialità che vanno oltre gli schemi e le limitazioni imposte dagli altri, per aumentare la creatività e l'innovazione.

Step 9: Piano di Vita

Nella pianificazione di vita mettiamo insieme le conoscenze, esperienze e attività sviluppate e raccolte nelle otto aree precedenti per determinare con chiarezza i nostri obiettivi, specificando il cosa, come, chi e quando. È una compilazione di esercizi che spingono tutti i collaboratori aziendali a creare il loro futuro e a immaginare le sfide e le opportunità che incontreranno ancora prima che esse accadano. La creazione e la gestione di attività di pianificazione personale e professionale gli permetteranno di sentirsi in controllo e di diventare gli attori, produttori e registi della propria vita lavorativa.