

A cura di Cristina Milani, partner HeS

Azienda-cortile

L'effetto pettegolezzo sul benessere aziendale

Il pettegolezzo è un rivelatore del clima aziendale. Le aziende si sono trasformate in cortili pettegoli? No. Lo sono sempre state!

I motivi che spingono al pettegolezzo sono molti: invidia, incertezza, confusione, vendetta, masochismo, sadismo, frustrazione, gelosia, sofferenza, complesso di inferiorità, etc.

Recenti indagini definiscono il monitoraggio del pettegolezzo uno strumento utile per sondare il clima aziendale teorizzando la 'chiacchiera' quale elemento sintomatico del benessere nel mondo professionale.

L'approccio cognitivo comportamentale considera le aziende organismi viventi, perciò si interessa anche ai fenomeni irrazionali: ansie, meccanismi di difesa, etc.

Nella precedente newsletter di HeS abbiamo descritto il 'contesto relazionale' in cui agiscono le aziende spingendoci a dichiarare che per mantenere il proprio equilibrio l'organizzazione complessa deve adeguarsi al cambiamento attraverso la mediazione dei conflitti.

Il pettegolezzo è il frutto di un conflitto interno mal gestito che va affrontato al pari di altre leve che costituiscono l'impalcatura del benessere in azienda.

Per conservare un modello di equilibrio aziendale su un piano emotivo oltre che razionale vanno studiati gli aspetti irrazionali.

La gestione dell'irrazionalità del pettegolezzo è un esercizio di comunicazione che agisce sulla reputazione dell'azienda verso l'interno (i propri collaboratori) e verso l'esterno (la rete distributiva fino al cliente).

Individuare la 'risposta' al pettegolezzo significa dunque offrire all'azienda un motivo di crescita attraverso l'adeguamento alle esigenze dei propri dipendenti e interlocutori e un motivo di comunicazione che le permetterà di dimostrare le proprie capacità di adattamento.

Quantificazione del valore del pettegolezzo

Raccogliere il pettegolezzo significa porsi in relazione empatica con i componenti dell'organizzazione.

La relazione empatica consolidata costituisce un Asset aziendale di alto valore grazie al proprio contenuto motivazionale.

Le indagini di clima aziendale sono lo strumento attraverso il quale si rileva il pettegolezzo.

Ne risultano il livello delle percezioni sulle modalità d'azione organizzativa ed i bisogni a cui offrire attenzione.

L'azione dell'indagine di clima rileva i valori sommersi di un ipotetico iceberg delle relazioni tra individui e azienda.



L'analisi di clima tende alla costruzione o evoluzione della cultura aziendale, alla programmazione di misure di comunicazione interna con l'obiettivo di motivare le risorse umane.

L'analisi di clima è generalmente integrata con studi su altre due aree di soddisfazione:

- Customer satisfaction (verifica l'orientamento dell'azienda al cliente e la sua soddisfazione).
- User satisfaction (indagine rivolta all'utente con finalità la verifica delle funzioni e servizi aziendali).

In tutto ciò, trasversalmente, si integra il diritto del lavoratore ad un'adeguata gestione del flusso dei dati personali e alla definizione di un 'contratto privacy' con l'azienda.

La privacy, in termini generali e generici, è un contratto stipulato tra due enti (persona e azienda) interessati allo sfruttamento di dati di proprietà di uno dei due attori coinvolti.

La corretta gestione del flusso dei dati permette all'azienda di impostare uno stimolante clima privacy che, se presente, costituisce la piattaforma di lancio di iniziative di accrescimento della reputazione dell'azienda e dunque della credibilità, espressa in termini di correttezza, garantita al lavoratore.

La correttezza, presunta e di fatto, offerta all'essere umano è un valore culturale al quale l'azienda innovativa non può rinunciare.

Azione del pettegolezzo sulla reputazione dell'azienda

La reputazione è considerata un valore quantificabile perché abbatte le barriere di ingresso in nuovi mercati favorendo la fidelizzazione dei clienti e dei collaboratori.

Il pettegolezzo è un cancro che corrode la reputazione agendo sul più importante partner strategico per il Business dell'azienda: le risorse umane.

HeS, attraverso la ricerca e l'esperienza con le aziende ha sviluppato il sistema **RAS - Reputation Analyse System** che consiste nella definizione dell'appeal emotivo dell'organizzazione.

Le principali leve su cui agisce il RAS sono:

Prodotti e servizi: Percezione della qualità, innovazione, valore, performance finanziaria, percezione della competitività, prospettive di crescita e rischi.

Vision e leadership: come l'azienda dimostra una chiara visione, una forte leadership e abilità nel riconoscere e capitalizzare le opportunità del mercato.

Ambiente di lavoro: percezione di come l'azienda è gestita, il clima interno, i processi, i flussi e la qualità dei suoi impiegati (motivazione, identificazione).

Qualità della comunicazione: percezione del sistema di comunicazione interno/esterno, strumenti, tempi e flussi.

Responsabilità sociale: Percezione di come l'azienda sia impegnata in cause sociali, ambientali, etc.

NOTE STORICHE

... Il pettegolezzo - descritto da Alfredo Fallica - nasce nel 400 a.C. con Socrate.

Se Socrate è l'emblema del pettegolezzo filosofico, Dante è l'emblema del pettegolezzo letterario.

La Divina Commedia è la più grande mistificazione della verità letteraria, ma è anche la più grande rivincita e vendetta che il grande poeta si sia preso contro i suoi nemici.

Nell'800 Leopardi spettegola contro la natura, il prossimo e se stesso.

Scriva nei suoi pensieri: Il mondo è una beffa di birbanti contro gli uomini da bene e di vili contro i generosi.

Dostoevskij nei suoi romanzi e nel "Diario" smaschera la falsità della vita condotta dagli intellettuali di Mosca e di Pietroburgo.

Cesare Pavese raccomandava alle sue amiche ed ai suoi amici di non spettegolare sul suo suicidio.

I personaggi del romanzo "La Recherche ..." di Proust sono pettegoli.

Per il filosofo austriaco Ludwig Wittgenstein "delle cose di cui non si può parlare si deve tacere". La maldicenza danneggia chi la fa, chi la riceve e chi la ascolta.

Quello che il filosofo inglese Thomas Hobbes scrisse nel 1600 "l'uomo è lupo per l'altro uomo", oggi è valido più che mai.

Il pettegolezzo è odio mascherato. Afferma Goethe: "Molte falsità si smentiscono da sole"....