

La CFR e il vantaggio strategico aziendale: esperienze aziendali e dati riscontrati

Cristina Galgano

Gruppo Galgano

Milano, 28 settembre 2010

Corporate Family Responsibility



Un'opportunità
di crescita per le
aziende italiane





IL CONTESTO



Clienti



“Industria”



Case New Holland



Produttori di Comfort



Clienti



“Servizi”



La guerra dei talenti



Work Life Balance



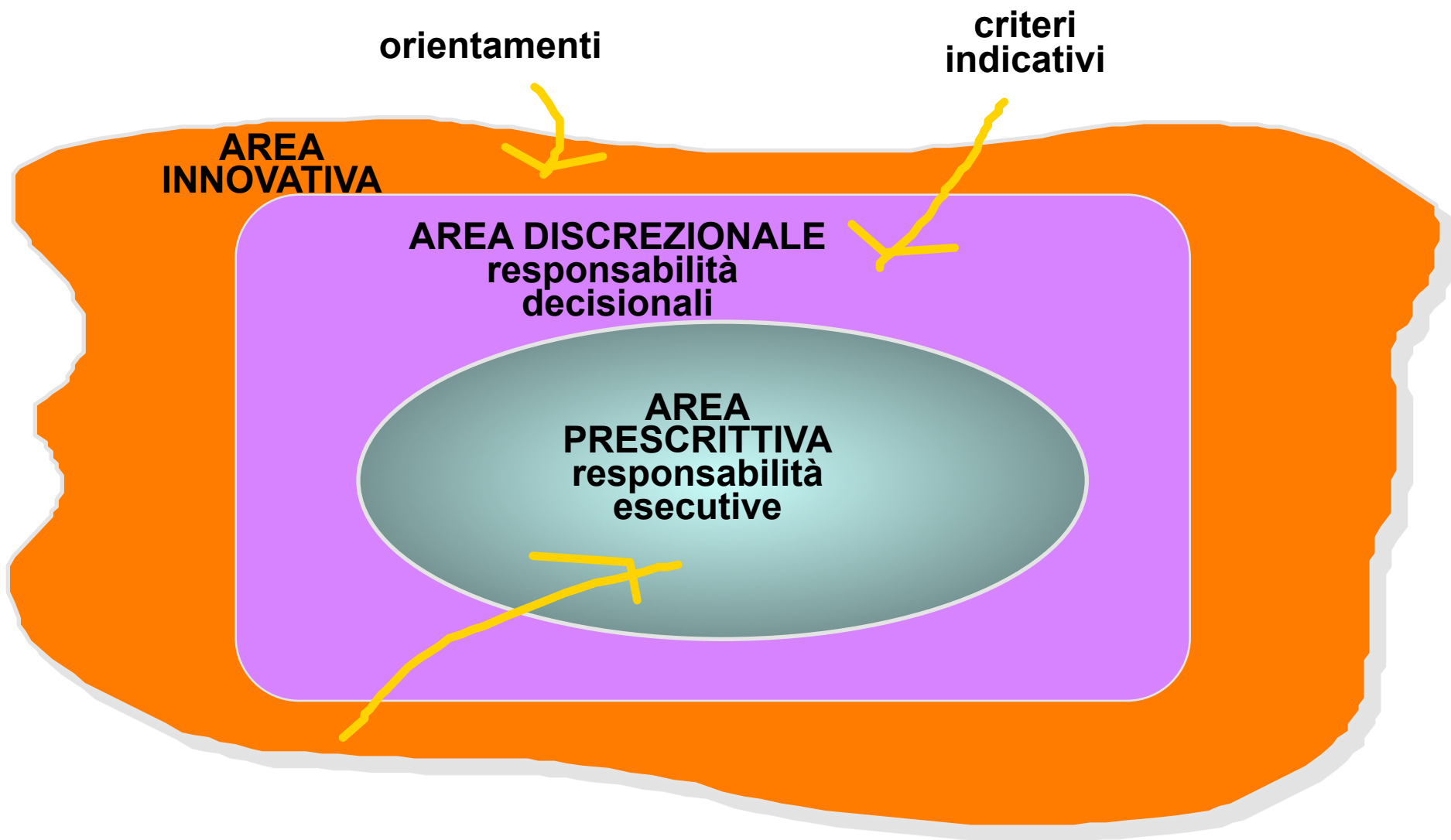
Secondo una ricerca condotta dalla *Corporate Executive Board* (CEB) su 50.000 lavoratori, la *Work Life Balance* viene considerata uno degli aspetti più importanti nella ricerca di un lavoro dal 63% degli intervistati



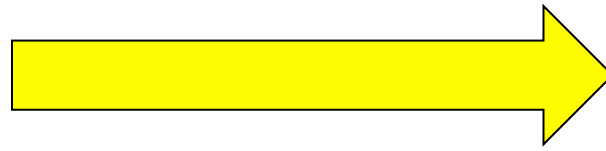
Knowledge Workers



Sfera discrezionale



**Worklife
Balance**



**Corporate Family
Responsibility**

**Esigenza
Individuale**



**esigenza
aziendale**



LA SFIDA PER LE AZIENDE

Cosa bisogna fare?



Trovare un punto di equilibrio tra esigenze aziendali ed esigenze dell'individuo



L'importanza dell' ascolto

L' ascolto è fondamentale per non sprecare tempo e risorse



Qualità superflua



Cosa fanno le aziende



- La maggior parte delle aziende non riescono a dare la giusta importanza al tema della *Work Life Balance* e risolvono questo problema fornendo servizi molto costosi
- In realtà, solamente il 20% dei lavoratori mostra di apprezzare e dare valore a questi servizi aggiuntivi



- ▣ Le aziende migliori invece, hanno riconosciuto che il miglior servizio che possono dare ai loro impiegati è il *Gift on time*, ossia un “regalo sul tempo”

- ▣ Ad esempio oltre il 60% degli intervistati ha infatti indicato che avere orari flessibili è il modo migliore per avere una vita bilanciata



Le Percentuali

- ▣ Gli impiegati che sentono di condurre una vita lavorativa bilanciata, tendono a lavorare il 21% in piu' rispetto ai loro standard quotidiani

- ▣ Nel 2006 il 53% degli impiegati percepiva di condurre una vita lavorativa bilanciata, nel 2009 questa percentuale è drammaticamente scesa fino al 30%



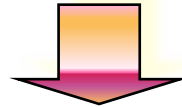
Rivedere profondamente i processi aziendali



LOTTA AGLI SPRECHI



SPRECO PIU' GRAVE



**NON UTILIZZARE E NON VALORIZZARE
L'INTELLIGENZA, LA CREATIVITA' DELLE
PERSONE CHE AD OGNI LIVELLO OPERANO
NELLE NOSTRE AZIENDE**



Cosa fanno le Aziende Eccellenti



Profondo rispetto per gli esseri umani



Come si manifesta

Corporate Family
Responsibility

Canali per far
sentire le proprie
idee

Formazione
continua e pratica

Ergonomia

Rispetto per
le persone

Opportunità di
sviluppo

Attenzione
nell'inserimento

Sicurezza

Comunicazione,
informazioni
facilmente fruibili



LE RISORSE UMANE POSSONO PRODURRE IDEE GRANDIOSE QUANDO:

- ▣ **Vive in un ambiente attente all' esigenze dell' individuo**
- ▣ **viene data loro fiducia**
- ▣ **viene trasferito loro un metodo**
- ▣ **sentono che le loro idee vengono prese in seria considerazione**



“IL TALENTO E’
COMUNE, NON LO E’ ,
INVECE, UN AMBIENTE
FAVOREVOLE A
SVILUPPARLO “

S.SUZUKI

Vincere la sfida competitiva



Porre al centro
le Persone
NON
la tecnologia



La sfida per le aziende



- ▣ ASCOLTO REALI DELLE ESIGENZE
- ▣ LOTTA AGLI SPRECHI
- ▣ INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA
- ▣ FIDUCIA NELLE RISORSE UMANE
- ▣ CURA DEI DETTAGLI
- ▣ CORENZA





LA SFIDA PER GLI INDIVIDUI

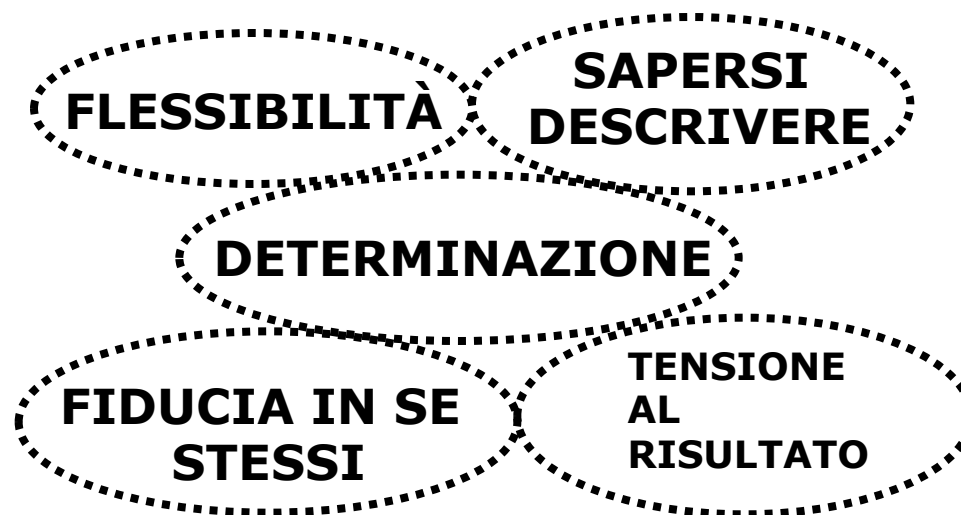


La giornata di una donna sembra durare 27 ore



- ▣ **Diventare protagonisti del proprio autosviluppo**
- ▣ **Liberarsi dei propri modelli mentali**
- ▣ **Essere promotori di innovazione organizzativa**
- ▣ **Fare network / «massa»**
- ▣ **Liberarsi dei sensi di colpa**

I requisiti dell' autosviluppo



SENSAZIONE DI POTERE



A caccia di stelle

**“ Mirate in alto, cacciate lontano:
se andate in caccia di stelle
può darsi che non ne troviate
ma non tornerete indietro con
un pugno di fango ”**

K. Gibran

