

RISCOPRIRE L'ARTE DELLA GENTILEZZA, ANCHE NELLE PMI

Quando si parla di gentilezza, la mente va subito alle buone maniere. Le “buone maniere” sono un insieme di pratiche che, almeno per due motivi, sono sofferenti nelle aziende.

La gentilezza, è assente dalle pratiche di formazione manageriale nel suo insieme. Non è cioè trattata in modo completo. Ci si occupa di “cura della relazione”, “cortesia” eccetera, ma non di gentilezza. La seconda spina nel fianco della gentilezza è il termine all'apparenza banale.

Ora per mettere una pezza sopra questi due elementi inibitori al tema, vorrei riflettere sul termine gentilezza per poi collocarlo nella pratica di tutti i giorni di una impresa di medie dimensioni.

Il termine è generico come lo sono le cose ovvie. È generica la simpatia come anche l'antipatia perché sono difficili da “misurare”. Anche la gentilezza è difficile da “misurare” non si può certo determinare un fattore premiante in funzione del grado di gentilezza mostrato da un collaboratore. Sarebbe uno di quegli elementi discriminatori perché, appunto, non misurabile.

Eppure la gentilezza è un fattore differenziante, proprio come la simpatia e l'antipatia. Valli a trovare collaboratori tutti simpatici da incaricare della gestione dei clienti al supermercato. Come si trovano? Dove? E con quale ragione si scartano dalla selezione i non simpatici. “Signora, lei ha tutti i requisiti, ma è antipatica”... Impossibile!

La gentilezza a differenza della simpatia e dell'antipatia si insegna da piccoli. Ogni genitore con un minimo di sale in zucca educa i propri figli ad essere garbati nei modi, a rispettare l'ambiente, gli animali e a comportarsi in modo lineare nelle relazioni con le persone.

Ed è proprio dal concetto educativo, o meglio formativo dato che parliamo alle imprese, che la gentilezza può trarre uno spunto. Infatti, la gentilezza, è

un insieme di pratiche che possono essere scorperate e misurate.

La riduzione dei reclami non funzionali, l'aumento dell'interazione nel blog aziendale che è stato reso più amichevole, la minore litigiosità nella cause legali o nei contenzioni aziendali, sono tutti fattori che compongono il grado di gentilezza dell'impresa.

La gentilezza dell'impresa è in sostanza, il “modo di fare” adottato nelle pratiche relazionali

I capi d'azienda possono farsi promotori di un'aurea gentile che il collaboratore potrebbe portarsi fino a casa.

L'humus dal quale si sviluppa una leadership “gentile” è impregnato di buon senso, di fiducia nei propri collaboratori, di trasparenza e pragmaticità nella comunicazione, di equità nei rapporti, di sostegno e valorizzazione delle differenze; se analizzato con la lente morbida della gentilezza, ogni “modo di fare” può presentarsi esente da spigoli.

Gentletude

Si occupa di aiutare le imprese ad individuare gli spigoli e a mettere a sistema le buone pratiche che consentono la creazione di un ambiente aziendale gentile.

Gentletude è un'associazione senza scopo di lucro che promuove attraverso i suoi progetti un “Attitudine Gentile” nei confronti delle persone, dell'ambiente e degli animali.

I soci della Camera di commercio possono ricevere il libretto “Un giorno di ordinaria gentilezza”, edito da Pagine d'Arte, a CHF 10.-, direttamente a casa o in ufficio, contattando Maria Cristina Cattoni, mariacristina@gentletude.com

cristina
milani

un giorno
di ordinaria
gentilezza



auged'Arte

