



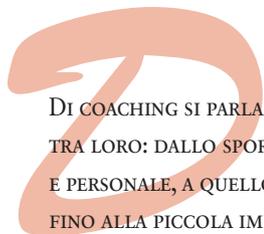
coaching

Allenare la farmacia

di Tina Grave

Ecco
come
il coach
aiuta la tua
impresa
a crescere





DI COACHING SI PARLA IN MOLTI SETTORI DIVERSI TRA LORO: DALLO SPORT, ALL'AMBITO ARTISTICO E PERSONALE, A QUELLO DELLE GRANDI AZIENDE, FINO ALLA PICCOLA IMPRESA, FARMACIA COMPRESA. CHE COS'È, A CHE COSA SERVE E COME FUNZIONA? LO ABBIAMO CHIESTO A SARAH COSSU (NELLA FOTO A SINISTRA), COACH PROFESSIONISTA, FORMATORE E CONSULENTE AZIENDALE ESPERTA DEL CANALE FARMACIA.



Percorsi di crescita consapevole

CHI È IL COACH?

Il *professional coach*, o *mental coach* professionista, è un esperto di processi mentali individuali e di gruppo che attraverso un metodo fatto di colloqui strutturati e tecniche accompagna il *coachee* (il cliente) verso la realizzazione degli obiettivi personali e professionali, passando per lo sviluppo di un'alta consapevolezza e dell'autoefficacia. Il coach lavora sulla struttura del pensiero così che il coachee possa fare chiarezza, aprirsi a nuove opzioni, costruire un buon piano per conseguire l'obiettivo, valorizzando così al massimo il suo potenziale personale. Il *business* o *executive coach* lavora nelle aziende, al fianco di management, imprenditori o, come nel mio caso, anche a supporto di *field force*. Poi c'è il *life coach*, focalizzato su necessità legate alla vita privata. In un'accezione più ampia, la parola coach è affiancata a termini che individuano competenze tecniche di settore a indicare allenatori o esperti formatori che insegnano una specifica materia con un approccio maieutico, motivante, fortemente orientato a incidere sui processi interni, e di conseguenza sulle competenze applicate.

QUINDI COACH DIVERSI PER BISOGNI DIVERSI...

Diciamo professionalità con livelli d'azione diversi, che a volte convivono. Per esempio io lavoro come professional executive-coach con manager e imprenditori e, con la mia equipe We! Wellness, sono anche un coach che allena abilità specifiche in ambito comunicazione, relazione col paziente, vendita, leadership, formazione per formatori e coach. In questi casi agiamo insieme su struttura del pensiero e know-how. In entrambi i modelli di coaching il cliente è parte attiva e l'effetto è concreto e profondo.

COME MAI SI PARLA TANTO DI COACHING OGGI?

Perché funziona. Un buon professional coaching porta vantaggi molto concreti, profondi, duraturi e in tempi relativamente brevi. E perché il mondo in cui siamo immersi e la dimensione professionale cambiano ogni giorno, con un'intensità e rapidità tali da rischiare a volte di travolgerci o spiazzarci. Quindi abbiamo bisogno di allargare la nostra visione, velocizzare i processi creativi e decisionali e produrre risultati nuovi e di valore. In sostanza l'esigenza di affrontare il cambiamento rinnovandosi e promuovendo qualità della vita personale e aziendale trova sempre più la risposta nel coaching perché lavora in modo pragmatico, mettendo al centro la persona, la sua unicità, il suo equilibrio.

È VERO CHE IL PROFESSIONAL COACH NON DÀ CONSIGLI O SOLUZIONI?

Sì, il coach non dà mai propriamente consigli, questo lo fa il consulente. Il coach ha al suo arco domande, ascolto e intuizioni, e offre *feedback* su quanto emerso dalle risposte del coachee con l'obiettivo di evidenziare elementi importanti per il processo di sessione. Ma il cliente è sempre parte attiva dell'incontro ed è responsabile delle scelte e azioni che ne derivano. Questo è basilare e comune a tutti gli "stili" di coaching.

COME SI FA A SCEGLIERE UN BUON COACH, UNO CON VERO TALENTO?

Parlare di talento è sempre complesso perché anche in questo campo è innegabile che oltre un solido

metodo a fare la differenza tra un coach discreto e un coach eccellente ci sia un certo X-factor. Detto questo, individuare un serio professionista del coaching è possibile compiendo alcuni semplici passi. Per prima cosa verifichiamo che abbia fatto studi professionali specifici e che magari aderisca a un'associazione professionale autorevole e al suo codice etico. Poi guardiamo alle esperienze e alle referenze, il resto è tutto da scoprire di persona. La collaborazione tra coach e partner, come amo chiamare il cliente, è anche un fatto di *feeling*. Suggesto quindi di fare un colloquio preliminare o una prima sessione in cui si sperimenta l'approccio del coach. Chiedetevi: «*Su di me funziona? Ha stimolato elementi nuovi e utili?*».

E COME SI APPLICA IL COACHING IN FARMACIA?

In sessioni individuali e di gruppo, il coaching porta beneficio a tutte le dimensioni del lavoro in farmacia, come l'allineamento alla nuova visione, il lavoro di squadra, l'efficacia commerciale. Inoltre i clienti oggi si aspettano sempre più in termini di ascolto, profondità e personalizzazione del consiglio. Per chi è al banco non è semplice garantire per tutta la giornata lo stesso livello di performance. Su questo punto lavoriamo stimolando strategie personali e tecniche di dialogo con il cliente. Particolarmente prezioso il coaching rivolto ai titolari. L'invito che faccio loro è: partite da voi, dedicate chiarezza, crescita e la serenità che ne consegue innanzitutto a voi stessi. Così il coaching aiuta la farmacia a essere "un business felice".

ANDIAMO ALLA PRATICA: COME SI SVOLGE UNA SESSIONE DI COACHING?

Di solito in azienda, o in farmacia, in uno spazio riservato o fuori, presso la nostra sede o in un ambiente esterno confortevole. All'interno di un percorso possiamo organizzare anche sessioni via Skype, specie con persone che hanno orari particolari, quando siamo in viaggio o quando arriva la richiesta per la gestione di un evento straordinario. Ogni sessione dura da una a due ore, ma dipende dalle tecniche utilizzate e dal tipo di percorso.

E QUANTE SESSIONI SI FANNO?

Dipende dal tipo di coaching, dal contesto e soprattutto dal tipo di obiettivo. Per esempio in ambito aziendale un percorso si può articolare in 3/6 mesi con incontri ogni 15 gg in presenza o a distanza. Ma è variabile e, per quanto mi riguarda, con l'uso di alcune tecniche e su certi obiettivi possono essere sufficienti anche 3 sessioni. Se poi quella con il cliente è una relazione consolidata e nasce un'esigenza stringente e circoscritta, può essere sufficiente anche un'unica sessione dedicata allo specifico obiettivo con un rapido messaggio di feedback dopo che il cliente ha gestito la situazione.

MA È UN COSTO SOSTENIBILE PER UNA FARMACIA?

Il coaching è in generale accessibile, con un ritorno sull'investimento alto, veloce e concreto. Le tariffe che riserviamo alle farmacie peraltro facilitano l'accesso anche alle realtà più piccole. Cito un cliente imprenditore che qualche tempo fa mi ha detto «Ho superato un guado in cui ero bloccato da 2 anni al costo di qualche cena... A saperlo prima!». A ogni modo, chiedere e fare un breve colloquio telefonico è semplice e questo vale per tutti i bravi professionisti sul mercato. L'invito che faccio ai farmacisti è osare e usare competenze nuove scegliendo con attenzione, ma anche con tempismo. 🌍

