

# IL MANUALE DEL CAPO

Guida Operativa  
per motivare  
e gestire i collaboratori

• 3<sup>a</sup> edizione •

## Indice

### INTRODUZIONE

La gestione professionale delle Risorse Umane .....	Pag. 4
-----------------------------------------------------	--------

### CAPITOLO 1 • SCEGLIERE LA PERSONA GIUSTA

1.1 • Fasi del processo .....	Pag. 6
1.2 • Il caso .....	Pag. 7
1.3 • Il posto è quello giusto? Definire che cosa è la posizione .....	Pag. 7
1.4 • Esempio: Responsabile del laboratorio chimico .....	Pag. 8
1.5 • Stabilire le caratteristiche personali per occupare la posizione .....	Pag. 8
1.6 • Esempio: scheda di descrizione del profilo professionale .....	Pag. 9
1.7 • Il reclutamento .....	Pag. 10
1.8 • Il processo di selezione .....	Pag. 11
1.9 • Esempio: questionario informativo .....	Pag. 12
1.10 • Il colloquio di selezione .....	Pag. 13
1.11 • Esempio di colloquio .....	Pag. 14
1.12 • Errori nel colloquio di selezione .....	Pag. 17

### CAPITOLO 2 • FAVORIRE L'INSERIMENTO

2.1 • Fasi del processo .....	Pag. 19
2.2 • Il caso .....	Pag. 20
2.3 • Gestire fin dai primi giorni .....	Pag. 20
2.4 • L'accoglienza .....	Pag. 21
2.5 • Il colloquio di inserimento .....	Pag. 21
2.6 • Programmare l'addestramento al lavoro .....	Pag. 22
2.7 • Esempio: scheda di inserimento .....	Pag. 23
2.8 • Valutare l'addestramento .....	Pag. 24
2.9 • Il colloquio di verifica .....	Pag. 24

### CAPITOLO 3 • ASSEGNARE COMPITI ED OBIETTIVI

3.1 • Fasi del processo .....	Pag. 27
3.2 • Il caso .....	Pag. 28
3.3 • Definire finalità e responsabilità .....	Pag. 28
3.4 • Esempio: specialista marketing operativo .....	Pag. 29
3.5 • Come effettuare l'analisi delle posizioni .....	Pag. 30
3.6 • Individuare, definire e misurare gli obiettivi .....	Pag. 30
3.7 • Gli obiettivi devono essere .....	Pag. 31
3.8 • Il colloquio di assegnazione degli obiettivi .....	Pag. 32

## CAPITOLO 4 • GESTIRE I COLLABORATORI

4.1 • Fasi del processo	Pag. 35
4.2 • Il caso	Pag. 36
4.3 • Aiutare e controllare	Pag. 36
4.4 • Lo stile del capo	Pag. 37
4.5 • Capi e collaboratori.	Pag. 37
4.6 • La gestione dei collaboratori	Pag. 38
4.7 • Il feedback.	Pag. 38
4.8 • Feedback positivo	Pag. 39
4.9 • Feedback negativo	Pag. 39
4.10 • Nessun feedback.	Pag. 40
4.11 • Un metodo efficace per comunicare con i collaboratori.	Pag. 40
4.12 • Il D.E.S.C.	Pag. 41
4.13 • Esempio D.E.S.C.	Pag. 42
4.14 • Scheda di preparazione della comunicazione	Pag. 43
4.15 • Come preparare un colloquio	Pag. 44
4.16 • Il colloquio di gestione dei problemi	Pag. 45
4.17 • Il colloquio di elogio.	Pag. 46
4.18 • Il colloquio di rimprovero.	Pag. 47
4.19 • Il colloquio di trasferimento	Pag. 48
4.20 • Il colloquio di delega	Pag. 49
4.21 • La delega	Pag. 49

## CAPITOLO 5 • VALUTARE PRESTAZIONE E POTENZIALE

5.1 • Fasi del processo	Pag. 52
5.2 • Il caso	Pag. 53
5.3 • Valutare i risultati	Pag. 53
5.4 • Responsabilità ed obiettivi	Pag. 54
5.5 • Il colloquio di valutazione.	Pag. 54
5.6 • Stabilire le ricompense	Pag. 56
5.7 • Valutare l'adeguatezza risorse/posizioni	Pag. 57
5.8 • Il potenziale.	Pag. 58
5.9 • Principi che devono ispirare il processo di valutazione.	Pag. 59

## CAPITOLO 6 • GESTIRE IL CAMBIAMENTO

6.1 • Fasi del processo	Pag. 61
6.2 • Il caso	Pag. 62
6.3 • L'azienda nella complessità.	Pag. 62
6.4 • Come interpretare il cambiamento	Pag. 63
6.5 • Un modello di interpretazione	Pag. 64
6.6 • Le fasi del cambiamento.	Pag. 65
6.7 • Cambiamento e individuo	Pag. 66
6.8 • Le vie di fuga	Pag. 68
6.9 • Cambiare i comportamenti	Pag. 68

## CAPITOLO 7 • GESTIRE L'USCITA

7.1 • Fasi del processo	Pag. 70
7.2 • Il caso	Pag. 71
7.3 • Gestire le dimissioni	Pag. 71
7.4 • Gestire il licenziamento	Pag. 73
7.5 • Tranquillizzare chi resta	Pag. 75
7.6 • Outplacement	Pag. 75
7.7 • Ruolo del capo nel licenziamento collettivo	Pag. 76

## CAPITOLO 8 • MOTIVARE I COLLABORATORI

8.1 • Le fasi del processo di motivazione	Pag. 79
8.2 • Che cos'è la motivazione	Pag. 80
8.3 • Le teorie sulla motivazione	Pag. 81
8.4 • Questionario di autovalutazione sulle abilità nel motivare i propri collaboratori	Pag. 83
8.5 • I fattori motivazionali	Pag. 84
8.6 • La motivazione non è uguale per tutti	Pag. 88
8.7 • Gestire e motivare le nuove generazioni	Pag. 92

## CAPITOLO 9 • MISURARE LA MOTIVAZIONE E IL CLIMA ORGANIZZATIVO

9.1 • Motivazione e soddisfazione sul lavoro	Pag. 96
9.2 • Le indagini di clima	Pag. 100
9.3 • Obiettivi e tipologie di indagine	Pag. 100
9.4 • Le indagini di clima e il capo	Pag. 106

## CAPITOLO 10 • INCENTIVARE I COLLABORATORI

10.1 • Le leve del total reward	Pag. 109
10.2 • Retribuzione variabile e sistemi di incentivazione	Pag. 116
10.3 • Effetto incentivante e autofinanziamento	Pag. 118
10.4 • I modelli di incentivazione	Pag. 120
10.5 • Scegliere il modello di incentivazione	Pag. 127
10.6 • La gestione del processo di incentivazione e il ruolo del capo	Pag. 130
10.7 • Conclusioni	Pag. 140

## CAPITOLO 11 • COMUNICARE IN PUBBLICO

11.1 • I primi passi per comunicare in pubblico	Pag. 142
11.2 • Le tipologie di comunicazione in pubblico	Pag. 155
11.3 • Preparare una presentazione efficace	Pag. 157
11.4 • Condurre una presentazione	Pag. 163
11.5 • Contesto e strumenti di supporto	Pag. 169
11.6 • Le presentazioni con power point	Pag. 170