



A chi serve la motivazione?

Si sente parlare spesso di motivazione, e del ruolo chiave che riveste nel creare aziende più produttive e dipendenti più soddisfatti.

Tante belle parole che spesso vengono pronunciate da più parti senza riflettere sul loro reale significato e senza, soprattutto, chiedersi cosa nel concreto sia necessario fare per motivare e motivarsi.

Proprio pochi giorni fa, un problema contabile da risolvere in ufficio ha sollecitato in me alcune riflessioni sull'argomento, basate su un'esperienza diretta.

Ho avuto necessità, infatti, di richiedere il duplicato di una fattura, già addebitata sul nostro conto corrente ma mai ricevuta materialmente, ad una nota società di telecomunicazioni con la quale abbiamo a suo tempo attivato un contratto di telefonia Adsl.

Sennonché, quello che sembrava essere in apparenza un banale disagio facilmente risolvibile, ha rischiato di trasformarsi in un ennesimo caso di "mala azienda".

Dopo aver dribblato con una certa abilità tasti "1...2...3..." da selezionare e digitare, dopo aver "deliziato" le mie orecchie con la musica della loro emittente radiofonica per ingannare piacevolmente l'attesa, dopo aver superato il rischio sempre in agguato della caduta di linea, ho potuto finalmente esporre le mie esigenze alla voce umana dell'operatrice del call center, la quale, dopo una veloce ricerca, ha liquidato il caso invitandomi a inviare un fax per segnalare il problema e allegare l'estratto conto della banca.

Infatti, le ricerche su quell'addebito erano state, a suo dire, vane: nessuna fattura risultava essere stata emessa a fronte di quell'addebito che invece io mi ritrovavo sul conto.

Sorpresa dall'insolita risposta, ho chiesto di poter inviare la mia richiesta a mezzo mail ma l'operatrice, con un tono di voce metallico e distaccato da risponditore automatico, mi ha confermato che "...no, non era contemplato che la loro azienda, ancorché leader nella vendita di domini web, potesse ricevere un reclamo on line."

Ancora incredula, a dir poco, per la complicata procedura, mi sono attivata per cercare di spedire richiesta di chiarimenti e copia dell'estratto conto via fax ma, ahimè, dopo diversi tentativi ho dovuto gettare la spugna, e rassegnarmi al fatto che quel fax non c'era proprio verso di farlo partire.

Ho rifatto, perciò, il percorso ad ostacoli del loro numero verde, fino ad approdare a parlare con una seconda operatrice, alla quale ho spiegato le mie difficoltà e alla quale ho chiesto una mano per sbrogliare quella matassa che si andava sempre più ingarbugliando.

Ma anche in questo caso, l'approccio iniziale dell'addetta al call center è stato quello di rimandare prontamente "la palla al mittente": "...se non riesce a spedire i documenti dal suo fax vada a farlo da un altro apparecchio...no, non è possibile inoltrare la richiesta via mail...certo che no, io non possiedo un mio indirizzo mail al quale inviarla...la procedura non lo consente...faccia come vuole...ma che domande strane e pretenziose che mi fa!"

Mentre l'operatrice così si esprimeva, provavo la sensazione tangibile di parlare con un muro di gomma che aveva l'unica missione di schivare le mie domande e far rimbalzare indietro i miei bisogni. Una operatrice impegnata solo ad applicare alla perfezione sterili procedure, piuttosto che a mettere in moto cervello e risorse per trovare possibili ed efficaci soluzioni al problema. Con la situazione che stava per precipitare, ho provato così a giocare l'ultima chance che mi rimaneva: ho voluto dare fiducia all'operatrice e credere che potevo parlare non con una

macchinetta di "frasi fatte", bensì con una persona vera ed autentica, capace di ascoltare, capire e attivarsi per dare una risposta adeguata al problema.

Le ho spiegato le mie difficoltà, il tempo e le energie che stavo sprecando, l'ho invitata a calarsi nella mia situazione per aiutarla a vedere meglio le assurdità della procedura così come delle risposte che mi aveva sin lì dato.

La fortuna mi ha sorriso quel giorno: il mio accorato appello è riuscito a toccare, infatti, le corde più sensibili del suo animo e a sgretolare quel gelido blocco di indifferenza misto a formalismo così improduttivo.

La giovane addetta ha deciso così di volersi accertare meglio ed in prima persona su quell'addebito e, nel volger di pochi minuti, ha potuto constatare che, in effetti, la fattura relativa era stata già emessa e che poteva entro pochi giorni, miracolo dei miracoli, spedirne una copia sul mio indirizzo di posta!

Con le campane che suonavano a festa, ho tessuto le lodi a quella sua rinnovata disponibilità, ho battuto le mani in un forte applauso per il buon servizio che mi aveva reso ma l'ho anche invitata a riflettere su come, quando si è attenti ad ascoltare, sia molto più semplice arrivare all'obiettivo.

Un tono di voce più sereno e squillante faceva intendere che, dall'altra parte del filo, ci fosse ora una persona decisamente più soddisfatta, gratificata dal fatto che il suo lavoro era stato riconosciuto, apprezzato, ed era stato utile a qualcuno.

Si possono tirare delle somme da questo episodio? Trovo che sia un buon esempio per qualche considerazione e per qualche domanda.

Mi viene, infatti, da chiedermi: cosa sarebbe cambiato nell'episodio che ho raccontato se la società di telefonia avesse avuto personale più motivato? Quanto sarebbe soddisfatto a fine giornata (e quanto aumenterebbe il suo benessere) il collaboratore che svolge il suo lavoro con entusiasmo e senso di responsabilità?

E andando oltre gli aspetti personali e di relazione, quanto possono migliorare risultati aziendali e performance individuali di chi lavora in un clima di motivazione e di riconoscimento del suo valore e delle sue capacità?

Mi chiedo anche quanto l'azienda di questo caso, così attenta a spendere in pubblicità per valorizzare la sua immagine e il suo nome, abbia realmente capito l'importanza di investire per valorizzare anche le persone che ci lavorano, anziché attribuire loro mansioni e compiti sclerotizzati, e indurle a lavorare e produrre come tanti polli in batteria.

Per quanto tempo ancora, poi, ciascun dipendente sarà disposto a lamentarsi e ad accettare passivamente logiche aziendali demotivanti, anziché decidere di valorizzare in prima persona le sue capacità e le sue passioni?

Problema e possibili soluzioni non stanno, secondo me, mai da una parte sola: è tempo di persone capaci di mobilitarsi e nobilitarsi, perché credono di meritare di più per se stesse, perché hanno capito che lavorare è anche e soprattutto un piacere che giova a sé e agli altri; è tempo anche di imprenditori, manager e capi del personale capaci di creare entusiasmo nel proprio team, capaci di dare fiducia e attribuire responsabilità ai propri collaboratori, capaci di cogliere vantaggi e benefici di un simile approccio.

Non importa che tu sia capo o dipendente, ciò che importa è che anche tu ti senta responsabile per innescare il circolo virtuoso della motivazione e spingerti a migliorare il tuo lavoro, quello dei tuoi colleghi, quello della tua azienda e, soprattutto, la tua vita.

Raimonda Farris