

SOFT SKILL: NON PASSARE OLTRE

PERCHÉ SONO FONDAMENTALI IN AZIENDA
E PERCHÉ CE LO DIMENTICHIAMO

V+. Il magazine che dà più VALORE ai professionisti Sales & Business.

<https://www.venderedipiu.it/>

er fare bene il nostro lavoro, in azienda o come professionisti, certamente dobbiamo conoscere a fondo la materia, le "hard skill".

Ma questo bagaglio di conoscenze da solo non basta.

Al sapere, per così dire tecnico, bisogna abbinare anche delle capacità che consentano di far fruttare le conoscenze. Queste capacità nel loro insieme vengono chiamate "soft skill". Comportamenti adeguati messi in atto tutte le volte che è necessario raggiungere dei risultati.

Includono: la capacità di risolvere i problemi, l'organizzazione, l'orientamento ai risultati, la comunicazione verbale, il lavoro di gruppo, la negoziazione, la gestione dei conflitti, la visione prospettica, la disponibilità all'iniziativa.

Ma le aziende se ne curano ancora troppo poco: perché?

Esistono dei pregiudizi verso le soft skill. Scopriamo quali sono.

O CE L'HAI, O NON CE L'HAI?

Le soft skill non sono in genere oggetto di particolare attenzione da parte delle aziende: vengono date per scontate o ritenute doti naturali, perciò non facili da modificare e migliorare.

È sbagliato, però, pensare che queste capacità siano assimilabili a specifiche caratteristiche della personalità o del carattere e, quindi, che siano innate: così si arriva alla conclusione che, se non



UGO PERUGINI

Giornalista, è stato responsabile del Servizio comunicazione e PR di un'impresa assicurativa. Oltre che con V+, collabora con il magazine Leadership and Management, DM&C, HR on Line, AZ Franchising. Nel blog Capoverso NewLeader pubblica articoli di management, etica, leadership e comunicazione.

le possediamo, non riusciremo mai ad avere successo.

Secondo alcune recenti ricerche, si è ormai compreso che le soft skill sono risorse mentali che possono essere acquisite e incrementate, grazie:

- all'esperienza
- all'affiancamento
- alla supervisione
- alla formazione
- all'impegno personale e autonomo.

MEGLIO SOFT!

Un altro paradosso da sottolineare è che le soft skill risultano alla fine molto più visibili e apprezzabili all'esterno delle hard skill, cioè delle competenze professionali vere e proprie (job requirement), il che ne esalta il valore pratico e la necessità di curarle, soprattutto se sono utili alla nostra attività.

Le soft skill non sostituiscono il duro lavoro, ti rendono una persona piacevole mentre fai il duro lavoro

(Johannes Drooghaag)



BELLO, MA IN PRATICA?

La domanda chiave a questo punto è: quali sono le soft skill più importanti per ognuno di noi? Per orientarci, ci può venire in aiuto il libro di Gian Carlo Cocco, *23 soft skill strategiche*, edizioni **FrancoAngeli** 📖. "Strategiche" qui significa: necessarie a valorizzare il proprio capitale professionale.

Il libro è indirizzato ai giovani che si apprestano a entrare nel mondo del lavoro, ma serve da orientamento e inserimento per tutti e per ogni attività, perché fa comprendere che la professionalità che si deve acquisire non è garantita solo dalle hard skill ma anche dalle soft skill, che non le conosciamo a sufficienza, e che poche scuole, università o corsi sono in grado di proporle un adeguamento apprendimento.

Le capacità descritte nel libro di Gian Carlo Cocco sono i mattoni esterni dell'edificio della professionalità, quelli che possono essere più facilmente osservati e rilevati. Tutta la gamma delle capacità può essere presa in considerazione, ma alcune più di altre favoriscono la creazione di competenze distintive utili per lavorare nel business.

Vi consiglio di approfondire leggendo il libro! Tra l'altro, è interattivo: chi volesse verificare attraverso una valutazione online il proprio profilo di capacità, può accedere alla piattaforma www.timetomind.global 📖 che contiene un test su sette soft skill fondamentali.

UNA SKILL SU TUTTE: L'ORIENTAMENTO AL CLIENTE

A solo titolo di esempio, mi soffermo sulle capacità relazionali ed emozionali e, in particolare, sull'orientamento al cliente che è una delle più importanti e che deve tradursi nella sua soddisfazione (customer satisfaction). Quando osserviamo il cliente, dovremmo immaginare di trovarci di fronte a un... essere mitologico!

Il cliente, infatti, è:

- **famelico** (vuole sempre nuovi prodotti e servizi)
- **spietato** (se non lo soddisfiamo, come vuole ci abbandona)
- **esigente** (richiede impegno continuo, per aumentare il suo livello di soddisfazione)
- **sibillino** (vuole che indoviniamo i suoi desideri, anche se non ce lo dice esplicitamente)
- **vendicativo** (se gli facciamo un torto, se lo lega al dito e se ne lamenta con tutti)
- **infantile** (è curioso e, se qualcosa gli piace, vuole ripetere l'esperienza)
- **egocentrico** (vuole essere considerato unico e diverso dagli altri)

Per fortuna, però, il cliente è anche **stregabile**, cioè se gli diamo soddisfazione, diventa un alleato per il nostro lavoro e uno dei nostri più importanti sostenitori.

*Considera
chi sei,
non solo
quello che sai.*

(Marcel Robles)