

Il trainer esperienziale: una check list per sceglierlo, valutarlo e..... per capire “se lo si è”.

di Daniela Fregosi*

Il mercato della formazione esperienziale in Italia

Ormai è un dato di fatto. Esiste un vero e proprio mercato della formazione esperienziale in Italia. Da un lato un “paradiso” per la creatività del formatore che oggi può sperimentare e proporre attività impensabili anni fa, dall’altro lato un gran caos per i clienti finali (che devono orientarsi e navigare nel mare confuso di format e proposte, nuovi e vecchi fornitori, metodi non proprio ortodossi) ma anche per gli stessi trainer, quelli in buona fede, che vorrebbero magari formarsi e dibattere “seriamente” su queste tematiche.

Moltissimi clienti finali ricercano metodologie esperienziali nella formazione e moltissimi formatori le propongono, ma pochi conoscono in modo approfondito l’oggetto delle loro dichiarazioni, richieste ed attività. Attualmente, a meno che non ci si affidi a fornitori di comprovata esperienza e che si è già ampiamente rodato e sperimentato, è molto difficile comprendere se chi si ha di fronte è un vero professionista o ci prova soltanto.

Molta dell’offerta formativa innovativa è realizzata spesso da attori (non necessariamente formatori e consulenti aziendali di professione), che introducono e commercializzano nel contesto organizzativo alcuni loro interessi e pratiche (nella maggior parte dei casi sportive e artistiche). Si tratta molto spesso di “vetrine” più che di una reale esperienza conquistata con case history reali: dietro il format proposto (facciamo formazione innovativa con il rugby, con la pittura, con l’arte marziale, con il softair ecc....) c’è l’idea ma spesso manca la professionalità

* Psicologa del Lavoro si occupa di consulenza e formazione aziendale dal '92 e di metodologie esperienziali dal '98. Specializzata in formazione esperienziale ed outdoor training con il Master Outdoor Management Training, nel 2008 ha fondato il portale tematico www.formazione-esperienziale.it e-mail: info@danielafregosi.it

consolidata, pronti ad improvvisarla nel caso in cui il format venga richiesto da un'azienda specifica.

Spesso queste proposte risultano in realtà in una fase di “bozza” e sperimentazione ma vengono pubblicizzate alle aziende come format già rodati ed a regime. In altri casi possono essere una “scopiazzatura” di fornitori nuovi rispetto ad interventi formativi proposti da fornitori più qualificati. Manca, quindi, a queste iniziative formative una loro storia di pratica, un reale modello teorico di riferimento e soprattutto la misurazione dei risultati ottenuti nello sviluppo di competenze professionali specifiche.

Un'altra parte dell'offerta formativa proviene da trainer, anche senior, esperti sì di formazione, ma che fundamentalmente, pur realizzando un'aula interattiva con giochi ed esercizi pratici, appartengono al mondo della formazione più tradizionale e si sono “riciclati” nell'esperienziale un po' per curiosità, un po' per la crisi (ormai per lavorare è necessario distinguersi e “farlo strano”).

Altri formatori senior esperti, invece, avendo compreso (o semplicemente “annusando”) che l'“esperienzialità” nella formazione non è solo un aggettivo, decidono di appoggiarsi a colleghi e creare partnership con trainer esperienziali specializzati nell'utilizzo di metodologie metaforiche ed outdoor.

Sintetizzando, il vero problema oggi è la confusione e la conseguente difficoltà di discriminare la qualità che rendono la vita decisamente complicata ai clienti finali ma anche ai fornitori che spesso devono sudare sette camicie per rendere credibili loro stessi ed i loro servizi.

Il tutto è stato ulteriormente complicato dall'effetto crisi che ha posto i trainer fornitori in una posizione alquanto scomoda, quella di chi, da un lato, ha un'etica ed una serietà professionale a cui tiene, e dall'altro, si deve pur sempre guadagnare la pagnotta e spesso accetta di fare anche ciò in cui non è poi così esperto e rodato.

La check list

Ho provato, allora, a strutturare una sorta di check list, un po' per vedere cosa veniva fuori dalle mie conoscenze sulle metodologie esperienziali e sul mercato della formazione esperienziale in Italia oggi.

Ho pensato la check list come uno strumento che può essere utile al cliente finale, a quello specialista e responsabile HR che deve orientarsi tra i vari fornitori e le varie proposte in fase di scelta e ha necessità di operare una valutazione della sua prestazione professionale dei professionisti che utilizza.

Non solo. Ho pensato a tutti quei trainer che si avvicinano per la prima volta alle metodologie esperienziali ma anche ai formatori senior, con una solida esperienza di aula tradizionale, che hanno cominciato ad introdurre esercizi basati sui principi dell'outdoor training. Per tutti loro la check list può essere uno strumento di auto osservazione.

E perché no, ho pensato anche ai trainer esperienziali senior, non moltissimi in Italia direi, che possono utilizzare la check list per ricordare alcuni elementi che magari ormai si danno per scontati, per ricordare qual è il proprio valore aggiunto rispetto ai trainer esperienziali improvvisati. Una lettura di questa check list potrebbe anche chiarire a chi, provenendo da altri mondi rispetto a quello aziendale, si improvvisa trainer nell'assoluta buona fede (esperti tecnici, guide, animatori, sportivi)

Ecco le domande che un cliente finale dovrebbe farsi sul trainer che utilizza e che il trainer potrebbe fare a se stesso, tanto per mantenersi allenato.....

Formazione

Ha una formazione specifica come trainer esperienziale? Come è arrivato a proporsi come fornitore esperienziale? E' un autodidatta?

Attualmente la formazione formatori esperienziali è "far west". Tranne casi eccezionali, i percorsi formativi specifici mancano. Abbondano i master formazione formatori che all'interno contengono magari un modulo sull'outdoor training. La maggior parte degli attuali trainer

esperienziali italiani si sono formati con il Master OMT Outdoor Management Training di Marco Rotondi arrivato ormai alla sua ottava edizione, oppure se ne sono andati a studiare all'estero (formandosi, per esempio, con Project Adventure). Tutti gli altri si sono formati sul campo, il che non è indice di scarsa qualità per definizione, ma allora occorre chiedersi quanta esperienza sul campo hanno fatto e quanti casi hanno gestito.

Conoscenza delle organizzazioni

Ha esperienza di formazione/consulenza in azienda e conosce le dinamiche organizzative?. Si è sempre solo occupato di formazione a privati? Ha gestito solo corsi interaziendali? Ha mai gestito l'applicazione metaforica di attività esperienziali all'interno di un'azienda per conseguire obiettivi aziendali? Conosce le dinamiche aziendali ed i comportamenti organizzativi in generale o è solo un buon conoscitore dell'attività/metafora da utilizzare? E' in grado di presentare casi aziendali realizzati con successo?

Conoscere bene un'attività esperienziale (per esempio le tecniche teatrali o il rafting), saperla presentare, far eseguire, organizzarla non è di per sé una garanzia per rendere tale attività realmente formativa per un'azienda. Senza conoscere il comportamento organizzativo, le dinamiche tipiche di un'azienda, senza l'anima del consulente aziendale che ti aiuta a leggere ciò che accade ed aiutare poi i partecipanti a realizzare il collegamento tra l'apprendimento esperienziale ed il loro ruolo, stiamo solo giocando. E non basta fare una bella domanda finale, tanto per salvarsi la coscienza (ammesso che la domanda poi ci sia) "Come è andata ragazzi? Cosa ci portiamo a casa?". Occorre saper leggere le risposte dei partecipanti, e facilitarli, se ce n'è bisogno, con tutta una serie di domande stimolo.

Analisi dei bisogni

Accetta gli incarichi rispondendo esattamente alla richiesta che gli viene fatta?

Spesso il committente (una società di consulenza se parliamo di un trainer freelance o direttamente un'azienda cliente) richiede al formatore un'attività specifica da realizzare, per esempio un intervento attraverso la

metafora del rugby. Il trainer chiede perché si è scelto proprio quell'attività? Chiede quali competenze target si vogliono sviluppare?

Etica

Sa dire di no? Quando comprende che la richiesta che gli viene fatta non riguarda obiettivi formativi (magari è puro incentives e animazione), sa consigliare al cliente altri fornitori o creare partnership mirate?

E qui tocchiamo un tasto dolente. A mio parere gran parte degli scivoloni che le tecniche esperienziali e outdoor hanno fatto, facendo allontanare alcuni clienti "scottati", sono dovuti proprio alla gran confusione sugli obiettivi di fondo e ai tanti no non detti.

Purtroppo ogni intervento formativo esperienziale travisato crea una falsa immagine della metodologia stessa producendo un effetto alone pericolosissimo, i cui effetti, quindi, non riguardano più solo il trainer che ha operato ma tutti coloro che, invece, opera in qualità e responsabilità. Ma si sa, la pagnotta è la pagnotta, basterebbe forse avere solo un po' di equilibrio.

Progettazione

Propone e realizza sempre le stesse attività/metafore in modo standardizzato trasformando la sua consulenza in un catalogo (più o meno pubblicizzato) con format predefiniti tra cui si può scegliere?

Adatta e "veste" gli esercizi che utilizza di più adattandoli alla cultura aziendale, agli obiettivi didattici, ai ruoli coinvolti nella formazione?Prevede un piano di emergenza?

Spesso nella formazione esperienziale ed outdoor i cambiamenti climatici possono compromettere pesantemente la realizzazione delle attività. E' in grado di sostituire le attività con altri esercizi indoor senza doverli improvvisare dal nulla perché li ha previsti?

Quante attività propone all'interno della giornata formativa?

Sa rinunciare al numero di attività da proporre e realizzare a favore di una buona progettazione personalizzata e di adeguati debriefing?

Chiede informazioni sui futuri partecipanti?

Sul loro ruolo, le loro caratteristiche generali, quelle specifiche rispetto ad attività anche fisiche? Su progetti particolarmente complessi e delicati, chiede di intervistarli prima?

Location

Propone location coerenti con il tipo di intervento da realizzare? Insiste nell'essere un co-decisore della location? Se non ha potuto scegliere la location fa un sopralluogo preventivo o raccoglie tutte le informazioni necessarie alla progettazione e realizzazione dell'intervento esperienziale?

Nella formazione esperienziale il setting fa parte a tutti gli effetti della progettazione ed è una responsabilità che non può essere delegata totalmente al cliente finale, quanto meno il trainer ha bisogno di capire dove andrà ad operare in funzione sia della fase di progettazione che di quella di realizzazione.

Preventivo

Presenta un progetto dettagliato nel quale evidenzia non solo la sua prestazione ma anche le attrezzature da impiegare, gli aspetti logistici ed i relativi costi?

Le tenuta e l'esperienza di un trainer spesso si pesa anche su quanto prontamente sa prevedere costi ed aspetti organizzativi, dimostra che c'è già un po' passato.

Flessibilità

E' sufficientemente flessibile durante l'erogazione dell'intervento?

Spesso la formazione esperienziale presuppone variabili numerose e complesse da gestire (tempi più articolati, spostamenti, briefing, gestione attrezzature, interazioni con i tecnici, i referenti della location....) e quindi può essere necessario ritardare alcuni elementi in corso d'opera

Sicurezza

Nel presentare le attività esperienziali, anche quelle più semplici, offre indicazioni e regole per preservare la sicurezza dei partecipanti?

E' dimostrato, infatti, che spesso è proprio con gli esercizi più banali e meno impegnativi che i partecipanti abbassano il livello di attenzione e preoccupazione rischiando di fare male a se stessi ed ai compagni.

Utilizza aiutanti, esperti tecnici per la sicurezza, co-trainer o fa tutto da solo?

Se è solo, rispetto a quali attività? Sono complesse o potenzialmente rischiose?

Si assicura che la location ospitante possieda i requisiti di sicurezza previsti?

Si preoccupa di limitare i rischi (anche con piccoli accorgimenti tipo vietare il passaggio da certi punti rispetto al tipo di attività che verrà svolta) in un setting che spesso non nasce per realizzare interventi di formazione aziendale?

Debriefing

Dedica al debriefing post-attività esperienziale il giusto tempo senza relegarlo agli ultimi 5 minuti prima di chiudere? Aiuta i partecipanti a rielaborare emozioni, pensieri e comportamenti agiti durante le attività? Prevede un tempo ad hoc dedicato al debriefing in fase di progettazione? Qual è la proporzione tra tempo speso nell'attività e tempo dedicato alla rielaborazione ed al carry over per ricollegare ciò che è stato sperimentato all'utilizzo nel contesto aziendale?

Il debriefing che segue le attività pratiche realizzate, spesso metaforiche, è il cuore della formazione esperienziale. Forse anche solo da quello potremmo "pesare" un trainer esperienziale.

Follow up

Cerca di inserire un follow up a distanza di tempo?

L'aspetto più delicato della formazione esperienziale è proprio il trasferimento dell'apprendimento nel contesto organizzativo. Questo è

vero anche per la formazione tradizionale; lo è, però, ancor di più per una formazione che fa della metafora uno degli aspetti determinanti.

Conclusioni

Molte di queste domande ovviamente sono valide anche per la formazione più tradizionale, ma diventano più pressanti per il trainer che utilizza le metodologie esperienziali, dato che esse innescano dinamiche più complesse e le variabili da gestire sono più numerose.

Personalmente credo molto nell'utilizzo dell'esperienzialità come chiave per la formazione aziendale, ma credo anche che sia la qualità del trainer a fare la differenza soprattutto se parliamo di questo tipo di metodologie. Il fatto che l'AIF si stia muovendo nel prevedere un percorso di certificazione anche del trainer outdoor accanto ai più tradizionali profili è un segnale fortissimo e di grande rilevanza.

Trovo, quindi, che il principio sotteso ad ogni check list, anche questa, e cioè il rammentare una serie di parametri base che, anche solo in parte, garantiscano la professionalità, possa essere d'aiuto in un momento in cui ci si preoccupa molto di creare, innovare e vendere tralasciando magari il vecchio e sano "fermarsi e riflettere".