

OLTRE I FALSI MITI SUL SECONDMENT



Anna Elena Brolis
@annaelenabrolis



IL SECONDMENT NON È UN PARCHEGGIO

Non è un “contentino” da dare a chi minaccia di andarsene o a chi vuole aggiungere una riga al cv.

E non è nemmeno un favore fatto al cliente.

Mandare in secondment una persona demotivata, smarrita e/o impreparata all'esperienza, come anche abbandonarla a sé stessa durante il periodo in azienda **non fa** un buon servizio alla reputazione dello studio né alle sue possibilità future di business con il cliente (up-selling e cross-selling inclusi)



Anna Elena Brolis

@annaelenabrolis



SE I PROFESSIONISTI VOGLIONO ANDARE IN AZIENDA, CI ANDRANNO COMUNQUE

E' solo una questione di quando.

Pensare di prevenire il rischio destinando all'esperienza di secondment **unicamente** junior e professionisti meno inseriti nello studio non è la scelta più funzionale

- alla cura dell'interesse del cliente
- alla relazione con il cliente
- all'acquisizione di competenze strategiche al team
- alla motivazione delle persone (mandate o meno in secondment).

Il secondment va costruito, ogni volta, su misura.



Anna Elena Brolis

@annaelenabrolis



L'ESPERIENZA DI CARRIERA IDEALE PER UN PROFESSIONISTA OGGI

- Siamo ancora convinti, nel 2024, che **l'ottimo** sia disporre in team di professionisti che hanno maturato la loro intera esperienza professionale in un unico studio (il nostro)?
- **Invecchiare nel ruolo** facilita il miglior affiancamento al cliente nella gestione del cambiamento, dell'incertezza e della rivoluzione digitale in atto?
- Acquisire esperienza in azienda aumenta o diminuisce le competenze? E preclude la specializzazione?
- Il “**group thinking**” (che limita creatività e autonomia di pensiero in favore della coesione del gruppo) è un vantaggio o uno svantaggio, nel nostro settore?



Anna Elena Brolis

@annaelenabrolis



LA **MOTIVAZIONE** DEL PROFESSIONISTA A CONTINUARE A SCEGLIERE **NOI**

Le persone restano in studio solo se investi su di loro e consenti loro di crescere in esperienza, consapevolezza e competenza. La lealtà richiesta ai collaboratori non è un atto di fede (e, al contempo, di abiura del mondo fuori).

“Investo in studio quanto lo studio investe in me” è un approccio lecito, legittimo e anzi, desiderabile: anche nella libera professione.

- Cosa significa investire sulle proprie persone?
- Preparare le persone ad esperienze di secondment, seguirle nell'esperienza e consentire la sperimentazione di periodi fuori dallo studio può essere uno strumento di attraction? E di retention?
- Precludere a priori esperienze in azienda accrescerà la motivazione dei professionisti talentuosi a scegliere noi, anno dopo anno?



Anna Elena Brolis

@annaelenabrolis



IL CLIENTE NON BADA A SECONDEMENT GESTITI MALE

La **partnership con il cliente** richiede con costanza cura, coinvolgimento e allineamento di aspettative.

Il secondment è uno strumento che può rinforzare la partnership, avvicinando processi, conoscenze e competenze tra due team di lavoro.

La richiesta di secondment è quindi un'opportunità molto interessante, a condizione che il servizio sia progettato a più mani, perché i tutti i player coinvolti devono trarne il meglio: l'azienda, lo studio professionale e il secondee. Diversamente, non solo uno, ma almeno due dei tre soggetti stanno sprecando tempo e risorse.

Il secondment che funziona è investimento che tutte le parti fanno, con indicatori di successo chiari e condivisi, che porta dividendi a tutte e tre.



Anna Elena Brolis

@annaelenabrolis



Ogni rapporto che non eleva abbassa, e
viceversa.

F. Nietzsche

... CI AVEVI GIÀ FATTO CASO?

#THEUNSAID



Anna Elena Brolis
@annaelenabrolis

