

CONSIGLIO NAZIONALE DI CONFIMI INDUSTRIA MECCANICA 2024

Tavoli di lavoro: argomenti attenzionati e spunti emersi

Uno dei temi centrali affrontati durante il convegno è stato quello della "Negoziazione", partendo da una riflessione, seppur discussa, che contiene una certa verità: nella vita, sia personale che professionale o imprenditoriale, non otteniamo ciò che meritiamo, ma ciò che siamo in grado di negoziare.

Da qui emerge l'importanza di affiancare alle competenze tecniche anche altre abilità trasversali, comunemente note come "Soft Skills".

Di seguito, alcuni spunti emersi nel corso della discussione:

1. **Comunicazione efficace:** una negoziazione di successo si basa su una comunicazione efficace. Quando è stata l'ultima volta che hai partecipato a un corso di comunicazione competitiva o efficace?
2. **Chiarezza degli obiettivi:** avere ben chiaro l'obiettivo è fondamentale. È importante lasciare da parte l'ego personale e affrontare il confronto con apertura, indipendentemente dagli argomenti trattati.
3. **Trasformare le richieste in opportunità:** ogni richiesta può essere vista come un'opportunità. Chiediti: cosa saresti disposto a fare se...?
4. **Tempo per riflettere:** se colto impreparato, evita risposte affrettate. Prenditi il tempo necessario per riflettere. Non esiste una regola che imponga a imprenditori o manager di avere sempre risposte immediate.

Il tema degli "Acquisti" ha suscitato vivaci discussioni, portando alla luce tre punti chiave:

1. **Conoscenza approfondita di prodotti e servizi:** è fondamentale conoscere a fondo ciò che si acquista, sia esso un prodotto o un servizio. Questo include la capacità di analizzare e valutare il prezzo, il costo totale di possesso (TCO) e l'impatto che il rischio di fornitura può avere sulla decisione di mantenere uno stock di sicurezza.
2. **Allineamento tra necessità aziendale e specifiche tecniche:** esiste una differenza significativa tra il bisogno effettivo dell'azienda e la specifica tecnica che lo interpreta. Gli Acquisti, con la loro conoscenza del mercato e delle strategie aziendali, dovrebbero essere coinvolti sin dalla fase di definizione delle specifiche, piuttosto che a valle del processo. Questo consente di progettare componenti e servizi in modo conforme alle richieste del mercato.
3. **Ottimizzazione dell'intera filiera di fornitura:** il miglior risultato economico si ottiene attraverso il coinvolgimento dell'intera filiera di fornitura (cliente, produttore, fornitore). L'obiettivo non è soltanto ottimizzare la fase negoziale, ma l'intero processo di acquisto.

Il terzo tavolo è partito dall'analisi delle principali sfide che affrontano oggi le PMI italiane. I risultati del confronto tra gli imprenditori sono stati chiari: tra le sei sfide proposte all'attenzione dei partecipanti (trovare nuovi clienti, sopravvivere alla competizione, avere più facile accesso ai capitali, ridurre i costi di produzione e del lavoro, diminuire la burocrazia e trovare personale con le giuste competenze) la sfida di attirare giovani talenti da inserire nel proprio personale e poi trattenerli è stata di gran lunga quella indicata come più urgente e grave.

Sta diventando una sfida cruciale, non solo per lo sviluppo ma anche solo per la continuità dell'impresa. I giovani della GenZ hanno aspettative e richieste al datore di lavoro diverse dai loro predecessori, che spesso i piccoli imprenditori non capiscono fino in fondo.

Oggi le PMI nelle fasi di reclutamento, motivazione e trattenimento in azienda dei giovani non possono più ragionare solo in termini di proposta salariale, ma anche di qualità dell'ambiente fisico di lavoro, di clima organizzativo, di sistema di welfare aziendale, di proposte di formazione, di modelli di lavoro flessibile e part-time. Non è affatto semplice, ma diversi partecipanti hanno raccontato casi di best-practice e sperimentazioni di questo tipo in corso.

Se è vero poi che questo vale per tutto il personale, ancora di più vale per i giovani laureati, che difficilmente per trovare impiego si rivolgono alle PMI.

Da qui è nata una riflessione su come le PMI possono costruire un ponte col mondo delle università (e della formazione di terzo livello, tra cui anche gli ITS), per costruirsi un "employer brand" capace di comunicare valore ai giovani talenti.

Ma il rapporto con le università non riguarda solo il reclutamento. Il confronto al tavolo è stato infatti l'occasione per sottolineare che le PMI possono collaborare con le università in molti modi: Testimonianze in corsi universitari o coinvolgimento dell'azienda in business challenge per studenti universitari; Partecipazione di manager, tecnici, o dell'imprenditore a corsi o master dell'università per aumentare le loro competenze; Partecipazione di manager, tecnici o dell'imprenditore a corsi di formazione finanziata fatti con le università (es. fondi bilaterali); Partecipazione con un proprio stand in Università a eventi per reclutamento di laureati (es. "Career day" o "Stage day"); Sviluppare nuovi prodotti (beni o servizi per il mercato) insieme a docenti e ricercatori di Dipartimenti/centri di ricerca universitari; Sviluppare nuovi processi (di lavorazione, controllo, distribuzione, ecc) insieme a docenti e ricercatori di Dipartimenti/centri di ricerca universitari; Sponsorizzazioni, col proprio marchio, di eventi accademici o attività dei centri di ricerca universitari (es. convegni, workshop); Finanziamento di borse di studio per studenti di corsi di laurea o master universitari; Finanziamento di progetti di ricerca applicata o di dottorati di ricerca industriali.

Si tratta di azioni con le università locali che oggi soprattutto le imprese di medie dimensioni riescono ad attivare, ma che anche le piccole potrebbero iniziare a sperimentare, magari collaborando in rete, con il supporto dell'associazione. È un modo per aprire un canale di reclutamento di giovani talenti, costruendo passo per passo una reputazione migliore delle PMI come opzione di interessante datore di lavoro per i giovani.