



Quanto sono digitali i manager oggi?

di Maria Laura Fornaci, Simonetta Manzini | Lunedì, 05 Settembre 2016

[Scrivi il tuo commento](#)



Maria Laura Fornaci è project manager - ISTUD Business School (a sinistra); **Simonetta Manzini** è ricercatrice - ISTUD Business School (a destra)

L'80% dei manager coinvolti nella recente ricerca europea del progetto **Le@d 3.0 Academy** (condotta da Fondazione ISTUD insieme a una knowledge alliance che ha coinvolto multinazionali, università, business school, corporate university, network di formazione, piccole e medie imprese europee) si dichiara capace di utilizzare efficacemente gli strumenti digitali in azienda. Sempre più rilevanti i social network e social media per l'espansione del business, con il 60% degli interpellati che dice di essere in grado di usarli in maniera efficace per accrescere i propri mercati. Tra i gap da colmare: l'utilizzo dei big data, con un manager su tre che dice di non utilizzarli per la presa di decisioni, l'anticipazione di trend o l'analisi dei rischi collegati ai propri progetti perché non si sente in grado o perché non ne percepisce la rilevanza nei propri ambiti di lavoro; la negoziazione; la gestione di team e il problem solving online. Quattro manager su dieci non si sentono perfettamente a proprio agio nell'uso di strumenti digitali per la risoluzione di conflitti. Più del 30% dei rispondenti dichiara un gap di competenza nella gestione dei propri network interni ed esterni attraverso i canali digitali.

La ricerca quali-quantitativa (finanziata dalla Commissione europea - programma Erasmus Plus) è stata condotta tra luglio e dicembre 2015 e ad essa hanno risposto 421 decisori aziendali (52% uomini e 48% donne) di tutte le funzioni, di Italia, UK, Francia, Germania, Polonia, Portogallo. Lo studio è una vera e propria istantanea sullo sviluppo delle competenze digitali tra i manager europei, in un contesto che a volte non appare di immediata comprensione. Se sono infatti sotto gli occhi di tutti i numeri collegati a crisi e disoccupazione, apparentemente potrebbe sembrare paradossale il dato della "skill shortage" di figure professionalmente preparate, testimoniato da un recente rapporto della Commissione europea, che calcola in 800.000 i posti di lavoro vacanti per carenze di competenze digitali nel nostro continente.

Un'ulteriore evidenza della ricerca riguarda la percezione degli effettivi bisogni di formazione tra i manager in area digitale. Registrati i gap di competenza, tra le voci verso le quali i manager avvertono il maggior bisogno di attività formative mirate si evidenziano i big data per la presa di decisioni ("priorità formativa" per il 12%) e l'utilizzo dei social network e social media a scopi di business (priorità per il 9%). Numeri tuttavia per noi ancora poco significativi: si potrebbe dire che molti avvertono i gap di competenza, ma sono ancora pochi quelli che si attrezzano veramente per colmarli. Probabilmente, quindi, affinché possano nascere nuovi innovation hub e piccole Silicon Valley in salsa europea, sarebbe auspicabile una maggiore presa di responsabilità in area digitale della classe dirigente continentale. C'è ancora molto da fare? Quali sono le ragioni del mis-match tra la necessità di possedere competenze strategiche legate alla digitalizzazione e il grado di effettiva padronanza delle stesse? E qual è la disponibilità attuale in termini di offerta formativa rispetto a queste skill strategiche?

La ricerca, a partire da queste domande, ha esplorato anche gli ambiti dell'offerta di formazione relativa a queste specifiche skill e il quadro che è emerso, in maniera piuttosto uniforme tra i diversi Paesi sopra elencati, ha mostrato importanti gap proprio su questo fronte. Da un lato, le università, le business school, le istituzioni formative e i formatori non sembrano ancora aver pienamente introdotto questi profili di competenza come target per la propria offerta formativa; dall'altro lato, pur riconoscendo il fatto che la digitalizzazione, grazie alla disponibilità di contenuti, tecnologie e strumenti didattici innovativi, sta profondamente modificando la progettazione delle proposte e dei percorsi formativi, è ancora molto bassa la percentuale dei formatori che dichiarano di aver già introdotto l'utilizzo delle nuove opportunità digitali nel design della propria offerta. La sfida è dunque ora quella di preparare i formatori per lavorare alla produzione, progettazione e sperimentazione di contenuti, programmi e metodi di apprendimento innovativi per le e-Leadership skill, basati sul digitale nella nuova fase del web 3.0.

Per ulteriori informazioni: www.eleaderacademy.eu/wp-content/uploads/2016/06/Lead30-Report_web02.pdf

0 Comments Hbr Italia

Login ▾

Recommend Share

Sort by Best ▾



Start the discussion...

Be the first to comment.

ALSO ON HBR ITALIA

Diseguaglianze intollerabili

1 comment • 3 years ago •

BRUNO DELLA NEGRA — La diseguaglianza è la base dell'economia liberista, il vero ...

Una guida strategica per l'atterraggio

1 comment • 5 days ago •

Carlotta Silvestrini — Bravo professionista, impressionante la costanza e la quantità di tempo ...

Want to Help People? Just Give Them Money

1 comment • 3 years ago •

dreamyouth75 — i need money help please to eating and drinking no job or home i need foods ...

La stampa 3-D cambierà il mondo

2 comments • 3 years ago •

toio — lo ho fatto delle esperienze dirette ed indirette sulla fusione laser selettiva di pezzi in ...

Subscribe Add Disqus to your site Add Disqus Add Privacy

[back to top](#)

[Indice Rivista](#)



ABBONATI ALLA RIVISTA

ABBONATI ALLA RIVISTA + TABLET





PREMIO "ECCELLENZE
D'IMPRESA" 2016

GEA
CONSULENTI DI DIREZIONE
al fianco dell'impresa italiana dal 1965

Harvard
Business
Review
ITALIA

[Clicca qui per ulteriori informazioni](#)

SPIRITO STRATEGICO



"Questa è finora la peggior
strategia d'uscita che tu
abbia mai pensato."

PARTNER CENTER

The Ruling
Companies
association



