

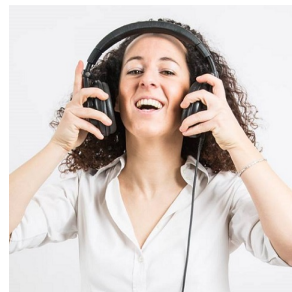


Team Building Radio, il lavoro di squadra, la comunicazione e le competenze si migliorano on air

Data di pubblicazione: 28/06/2017

Categorie: Formazione, Le interviste, Parlare in pubblico, Rapporti di lavoro

Autore: Cliclavoro



Fare gli speaker radiofonici significa mettere costantemente alla prova le proprie abilità comunicative, gestire imprevisti, stress ed emozioni, confrontarsi con gli altri affrontando un percorso fatto di parole, ritmo, musica. Per questo la radio è un mezzo perfetto per migliorare la propria vita lavorativa, fare squadra e stimolare la creatività. Ed è proprio questo lo scopo di **Team Building Radio**. Grazie a **Barbara Cifalinò** scopriamo come, attraverso una metodologia di formazione esperienziale, si possano rivoluzionare lo spirito di squadra, il modo di affrontare decisioni ed esprimere la propria creatività con enormi benefici per l'azienda e i suoi collaboratori.

In che modo sei riuscita a far incontrare il mondo della formazione aziendale con la passione per la radiofonica? Come nasce Team Building Radio?

Appena finita l'Università ho scoperto il mondo delle webradio universitarie e ho voluto provare a fare la speaker. Sono stata letteralmente folgorata, non solo dalla bellezza del mezzo, che mi dava la possibilità di esprimere le mie passioni, ma soprattutto dall'aria che si respirava in questi "laboratori" in cui i ragazzi potevano e possono tuttora sperimentare infinite forme di intrattenimento verso l'ascoltatore. Sono realtà molto più libere dai vincoli delle radio in fm e si producono programmi con idee e concept originali e spesso fuori dagli schemi. In quegli anni mi sono innamorata della radio e ho scoperto come per fare un programma ben riuscito serva l'apporto di tutti. Non conta solo chi va in voce, ma anche il regista che ti segue nella diretta, gli autori, lo Station Manager che ti dà le linee guida. Insomma era un gioco di squadra. Così mi è venuto in mente che quel senso di squadra e quell'entusiasmo per realizzare un programma che divertisse e appassionasse chi lo costruiva potevano essere portati nelle aziende.

Mia nonna e mia madre hanno gestito per tutta la vita un'azienda, quindi si può dire che in mezzo a quella realtà ci sia letteralmente cresciuta, e lì ho avuto modo di vedere le prime dinamiche che caratterizzano quest'ambiente di lavoro. Poi ho studiato Psicologia del Lavoro e mi sono innamorata della formazione.

L'idea di far realizzare un programma radiofonico a persone che non avevano niente a che vedere con quella realtà mi piaceva, non solo perché sapevo che anche loro avrebbero trovato la cosa molto divertente (come infatti succede sempre), ma perché intuivo che a partire dal modo in cui avrebbero lavorato durante la costruzione del programma avremmo potuto far emergere tantissimi aspetti legati al loro agire in azienda: da come comunicano fra loro a come organizzano i tempi e il lavoro, passando per la gestione dello stress e altre dinamiche relazionali e personali.

Così ho costruito un format che aiutasse a far emergere questi elementi mentre i partecipanti sono intenti a elaborare il loro primo programma radiofonico.

Quali format proponete?

Il programma che facciamo realizzare ai dipendenti dipende dai focus formativi che interessano il committente. Gli argomenti trattati possono essere completamente slegati da temi che interessano l'azienda e in questo caso facciamo realizzare un programma di *infotainment* (informazione + intrattenimento) classico, come quelli che siamo abituati a sentire in radio, oppure possono essere inseriti nel format degli argomenti di diretto interesse per l'azienda (ad es. se si vuole promuovere un nuovo prodotto, magari per farlo conoscere meglio ai propri dipendenti prima di metterlo sul mercato) e in questo caso variamo molto i "talk" con cui i partecipanti devono confrontarsi. Possono allora trovarsi a dover sviluppare spot, giornali radio, interviste, radiodrammi...

Proponiamo molti modi diversi di fare radio, non solo perché alcuni contenuti come quelli sopra citati permettono di trattare meglio di altri gli argomenti che interessano, ma anche per stimolare la creatività dei partecipanti, che in molti casi ci ha lasciato davvero a bocca aperta.

Raccontaci brevemente alcuni dei traguardi raggiunti, gli esempi concreti di cui andate più fieri.

Il fatto di aver lavorato con aziende molto importanti è certamente un grande traguardo, ma la soddisfazione maggiore, mia e dei ragazzi che collaborano con me, è sicuramente legata, più che ai grandi nomi, alle reazioni dei partecipanti.

Da un lato per quanto riescono durante la giornata a mettersi in gioco e lasciarsi andare (cito spesso a tal proposito l'esempio di un alto dirigente di una nota Società di gestione fondi che ha concluso lo spot che doveva realizzare cantando a squarciagola "Il mondo" di Jimmy Fontana, nella versione riarrangiata insieme al suo gruppo "Il fondo"), dall'altra perché durante questa attività scoprono cose di sé e soprattutto dei loro colleghi che non si aspettavano e iniziano a vedersi sotto una luce diversa. Sentirci dire "Non mi aspettavo di riuscire a fare questa cosa" o "Ho scoperto cose dei miei colleghi che non sapevo e che mi hanno colpito" è la più grande soddisfazione, perché significa che in una giornata li abbiamo aiutati a lasciarsi i loro preconcetti alle spalle e a fidarsi un po' di più di loro stessi e degli altri.

E poi il fatto che si divertano a fare questa cosa con noi non ha veramente prezzo!

Da qualche tempo vi state dedicando anche al nuovo progetto "Safety Radio" dedicato al tema della sicurezza sul lavoro. Come funziona?

Il progetto è nato per tentare di far affrontare un tema così importante come la sicurezza in un modo più leggero, che non spaventi ogni volta quelli che devono affrontare queste tematiche.

Noi non siamo esperti di sicurezza, quindi quel che facciamo è mettere le nostre competenze a disposizione delle aziende per far realizzare ai dipendenti, col supporto di un esperto in questa materia, un programma legato ai temi della sicurezza sul lavoro. In modo che i contenuti da trasmettere vengano affrontati in modo coinvolgente e divertente, evitando la solita lezione frontale, ma mettendo maggiormente in gioco i partecipanti al corso.

L'idea è quella di realizzare programmi in tutta Italia, dovunque le aziende ci chiameranno, per mettere poi queste puntate a disposizione di tutti attraverso i podcast, in modo da rendere fruibili i contenuti emersi nelle varie puntate a chiunque voglia approfondire questi temi, che così avrà la possibilità di sviluppare le sue conoscenze "approfondendo" anche dei corsi realizzati in aziende diverse dalla propria. E soprattutto potrà godere di contenuti più coinvolgenti e divertenti perché realizzati, attraverso la radio, da persone come lui.

Per poter lasciare un commento occorre essere registrati.