

Analisi e ottimizzazione della rete di networking

Progetto «Donne nei consigli di amministrazione e nelle direzioni delle medie imprese: soluzioni per una promozione sostenibile»

Per vari motivi, le aziende cercano sempre più spesso di occupare i posti vacanti nel consiglio di amministrazione con candidati eterogenei. Le aziende spesso lamentano che la selezione di donne competenti è insufficiente e si concentra su pochi nomi noti. Ci sono molte donne adatte, ma spesso non sono abbastanza visibili e quindi non sono sufficientemente conosciute. La visibilità di queste donne può essere ottimizzata, tra l'altro, sfruttando meglio le competenze nel networking. Le reti di networking hanno un'importanza indiscussa per l'accesso ai mandati nei consigli di amministrazione. Le donne, in particolare, sembrano utilizzare le loro reti in modo meno efficace ed efficiente rispetto ai colleghi uomini. Sulla base di indagini individuali sulle reti di networking e la loro analisi, è possibile ricavare diverse misure per ottimizzare la propria competenza in materia di reti e quindi rendere più mirato il proprio networking.

Indagini delle reti di networking

1. Nella prima indagine la rete networking delle donne viene rilevata attraverso un questionario online. Oltre alle dimensioni della rete e agli attori coinvolti (= "nodi"), si possono ottenere informazioni sull'intensità delle relazioni (=lungo gli "spigoli").
2. La rete rilevata viene valutata e rappresentata graficamente con Gephi.
3. Nella prima sessione di coaching (Coaching I), la rete individuale viene discussa e analizzata con l'aspirante e vengono ricavate misure per l'ottimizzazione della rete.
4. Nella seconda sessione di coaching (Coaching 2), circa 4-6 mesi dopo il primo coaching, si esaminano i risultati delle misure di rete e se ne ricavano altre, per ottimizzare ulteriormente il proprio lavoro di networking.
5. La seconda indagine si svolge a distanza di circa 6-9 mesi dopo la prima indagine con lo stesso questionario dell'indagine di rete I.
6. Le due reti (indagine I e indagine II) vengono confrontate e valutate in termini di cambiamento e sviluppo.



Immagine: Tempistica e interazione tra indagini della rete di networking e i coaching

Misure per ottimizzare la competenza di networking

Le misure per ottimizzare le reti possono essere riassunte in 3 attività

- **Self-marketing:** creare chiarezza in merito all'identità del "marchio-io". In altre parole, si tratta di rispondere alle domande: cosa mi rende diverso dalle altre aspiranti, quali sono le mie competenze uniche e perché un'azienda o un'organizzazione dovrebbe scegliere proprio me come nuovo membro del consiglio di amministrazione. La comunicazione del marchio come elemento di self-marketing dovrebbe chiarire la questione dell'immagine che si vuole ottenere con il "marchio-io" e quale storia (brand story) c'è dietro il "marchio-io", ma anche come questa immagine possa essere trasportata all'esterno.
- **Visibilità:** il self-marketing va fortemente a braccetto con la visibilità. Tra le altre cose, questo include l'allineamento del profilo LinkedIn con l'obiettivo di entrare in un consiglio di amministrazione. Non basta essere trovati (avere un profilo) o essere "in rete" (comportamento passivo e accettazione di proposte di contatto senza un'idea). Per utilizzare LinkedIn (o altre piattaforme di business) come opportunità di networking, è necessario progettare il proprio profilo in modo professionale, curarlo attivamente e definire gli argomenti che voglio trattare e dei quali voglio parlare (definire i contenuti).
- **Strategia di networking:** le donne dovrebbero concentrarsi sulla qualità piuttosto che sulla quantità. Il networking non consiste nel conoscere il maggior numero di persone possibile, ma le persone "giuste" che hanno un'influenza sul processo di nomina dei membri del consiglio di amministrazione. Nel contesto del networking, si dovrebbe uscire consapevolmente dalla "zona di comfort" e avvicinarsi a nuove persone secondo il principio della casualità. Il caso permette di entrare in contatto con persone al di fuori della cerchia ristretta e quindi di avere nuove conoscenze e nuove opportunità di contatto.

L'ufficio federale per l'uguaglianza fra donna e uomo sostiene il progetto per mezzo degli aiuti finanziari in base alla legge sulla parità dei sessi.