Ce nu învaţă liderii la şcoală despre mentorat

Autor: Constantin Măgdălina, Expert, Tendințe și Tehnologii Emergente

Lipseşte cultura mentorării

Există convingerea că şcoală are răspuns la toate problemele vieţii sociale extinse. Învăţăm matematică, istorie, fizică, chimie, biologie, logică, psihologie şi alte materii incluse în programa şcolară. Numai că existenţa acestora şi existenţa unor mecanisme de învăţare nu garantează, ulterior, de exemplu, productivitatea şi eficiența.

De aceste aspecte ne dăm seama cel mai des când începem să lucrăm. De ce atunci? Pentru că, dat fiind caracterul aplicat de la slujba, în mult mai mare măsură aceşti doi indicatori ghidează mediul de afaceri decât şcoala.

În absenţa productivităţii şi eficienţei asimilate în şcoală, liderii organizaţiilor ajung să le înveţe de multe ori prin experienţă directă sau prin mentorat. Şi nu numai că nu învaţă la şcoală despre aceste concepte şi multe altele, dar nu învaţă cum să mentoreze la rândul lor prin conlucrarea cu colegii.

De este important mentoratul

Mentoratul este important pentru că încearcă să echilibreze şi să dezvolte ponderea laturii practice a formării iniţiale. În mediul de business, prin mentorat, liderii sprijină cu experienţa lor formarea altor lideri, a altor

profesionişti şi antreprenori. Sigur există mai multe tipuri de mentorat în funcţie de etapa de dezvoltare a fiecărui om sau profesionist potrivit Harvard Business Review.

Ce este interesant, însă, este că nu numai cei mentorati au de câştigat din mentorat dar şi liderii-mentori. Potrivit Wall Street Journal, în SUA, cu scopul iniţierii directorilor de top din companii în cele mai noi tehnologii, aceştia fac echipa cu colegii mai tineri şi trec printr-un proces de învăţare care se numeşte reverse mentoring.

S-ar putea spune că dincolo de avantajele pe care le are tehnologia această îi încapsulează pe lideri şi că nevoia acestora de mentori se suspendă. De fapt hiper-conectarea prin reţele de tip LinkedIn şi accesarea opţiunii de following întreţine şi subliniază nevoia liderilor de modele şi de mentori. Spaţiile virtual doar diversifică modalitatea de interacţiune dar nu anulează nevoia de mentorat şi de faţă către faţă.

Beneficiile aduse de mentorat

Potrivit unui studiu realizat de Harward Business Review, directorii companiilor caută nu numai să mentoreze dar să fie şi mentorati. Dincolo de iniţiative de tip reverse mentoring, aceştia se consultă la rândul lor cu veterani de top în afaceri din afară companiei lor. Potrivit studiului, din cei 45 de CEO aflaţi într-un program formal de mentorat, 71% sunt siguri că performanţa companiei s-a îmbunătăţit ca urmare a mentoratului.

Din generaţia Y (cei născuţi între 1982 şi 1993), 94% dintre respondenţii la studiul Deloitte Millennial Survey consideră că au primit sfaturi bune de la mentorii lor. Potrivit studiului, această ghidare a crescut şi retenţia angajaţilor, 68% dintre angajaţii care au lucrat cel puţin 5 ani în cadrul aceleaşi companii au avut mentori, în timp ce doar 32% nu au avut mentori. Oricât s-ar putea spune că mentoratul este

rămăşiţa unui tip de pedagogie învechită, se pare că ea răspunde nevoii de feed-back direct şi personalizat al acestei generaţii.

Rezultatele cercetărilor indică faptul că mentoratul coerent şi continuu al angajaţilor de pe toate nivelurile ierarhice şi al antreprenorilor poate fi o forţă motivaţională cheie pentru îmbunătăţirea mediului de afaceri.

Pentru că mentoratul susţine evoluţia culturii de business prin contribuţia la formarea unor modele de cooperare, de învăţare şi ghidare reciprocă a celor implicaţi. Mentoratul face posibil transferul de cunoştinţe şi experienţe şi ajută la creşterea unei noi generaţii de oameni de afaceri.

Paşi pentru implementarea eficientă a unui program de mentorat în companie

1. Identificarea direcţiei strategice cu care se va alinia programul de mentorat
2. Pregătirea / alocarea unui manager pentru programul de mentorat care să fie entuziasmat de rolul lui şi de transformările pe care le va crea programul
3. Organizarea de cursuri pentru angajaţii companiei care vor avea rolul de mentori prin care să îşi antreneze competenţele de mentoring
4. Oferirea unui mediu organizaţional propice pentru dezvoltarea relaţiei de mentorat
5. Facilitatea accesului la materiale cu cele mai bune practici de mentorat
6. Monitorizarea şi evaluarea rezultatelor sesiunilor de mentorat şi a întregului program
7. Evoluţia dinamică a programului cu ajutorul tehnologiei şi pe baza experienţei acumulate

* * *

Despre Constantin Măgdălina

Constantin Măgdălina are o experienţă profesională de 8 ani, timp în care a lucrat la companii multinaţionale, atât în ţară cât şi în străinătate. Constantin are un Master în Marketing şi Comunicare la Academia de Studii Economice Bucureşti. Este certificat Lean Six Sigma şi ITIL (IT Information Library®) ceea ce-i facilitează o bună înţelegere a proceselor şi transformărilor din cadrul organizaţiilor. Pe de altă parte certificarea obţinută de la Chartered Institute of Marketing îi completează expertiza de business. În cei peste 4 ani de activitate la o companie din Big4 a iniţiat şi coordonat studii ce analizau aspecte legate de mediul de afaceri din România. Printre acestea se află previziunile economice de creştere ale firmelor în 2013-2016, managementul cunoştinţelor, experienţa de cumpărare în era consumatorilor digitali, social media și mediul de afaceri românesc, utilizarea dispozitivelor mobile în România. Este autor a numeroase articole cu teme legate de inovaţie, eficientizarea proceselor de afaceri, social media, transformarea digitală, tendinţe şi tehnologii emergente. Este invitat că vorbitor la numeroase evenimente şi conferinţe de business.