

Il decimo giro d'Italia delle donne che fanno impresa.

Il Network manager: il ruolo delle donne nello sviluppo delle reti d'impresa

Firenze, 9 Novembre 2017

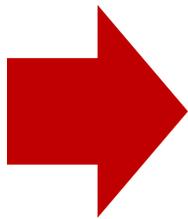
Prof.ssa Laura Martiniello

Prof. Associato di Finanza Aziendale

Universitas Mercatorum

Il Manager di rete

La figura del c.d. “manager di rete” si sta diffondendo rapidamente e sono sempre di più le imprese retiste che decidono di ricorrere ad un manager.



Si delinea l'utilizzo concreto di una nuova figura professionale capace di supportare le oltre 20.885 imprese (al 3 novembre) che hanno deciso di entrare in una rete permettendo il raggiungimento degli obiettivi della rete.

Non è ancora chiaro se questa figura è davvero fondamentale per raggiungere dei risultati e migliorare la performance delle imprese, o se nessuno meglio dell'imprenditore stesso può promuovere le attività della rete in forza delle conoscenze specifiche del suo business.

Il Manager di rete

ERRORI diffusi in assenza di un manager di rete:

- **OBIETTIVI NON CHIARAMENTE DELINEATI,**
- **STRATEGIE PER IL RAGGIUNGIMENTO DEGLI STESSI POCO DELINATE.**

Il manager di rete può rappresentare un elemento importante per il conseguimento degli obiettivi della rete.

È necessario approfondire le caratteristiche di tale figura ed il diverso ruolo che lo stesso può assumere a seconda della tipologia di rete in cui è chiamato ad operare.

La figura del Manager di rete

CHI E' IL MANAGER DI RETE



Una figura professionale che opera in un'azienda con responsabilità di management.

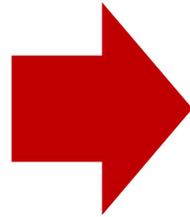
Se si intende avvalersi di una figura manageriale per un tempo limitato si parla di *Temporary Manager*.

Non sempre tale soggetto è preposto alla direzione dell'intera azienda, esso può occuparsi anche di funzioni/attività specialistiche.

In ogni caso, esplica le sue funzioni con autonomia decisionale.

La figura del Manager di rete

**NETWORK
MANAGER**



Si tratta di un professionista esperto in particolare settore (export manager, sales manager, ecc.) che mette le sue competenze a disposizione della rete.

.

A titolo esemplificativo il TNM si occupa di:

- definire un'offerta commerciale,
- pianificare ed implementare strategie commerciali di rete, di penetrazione dei mercati, ecc.
- Redigere un business plan biennale o triennale per le successive attività dell'aggregazione.

Le competenze del Manager di rete

Le competenze del manager di rete:

- governare le relazioni tra tutti i soggetti della rete (comunicazione interna);
- armonizzare i diversi interessi in campo e coordinare le attività dei singoli;
- progettare e coordinare lo sviluppo commerciale della rete;
- controllare il know-how, i processi esternalizzati e i comportamenti dei partner;
- elaborare le strategie, i piani e le iniziative dell'organizzazione;
- curare l'analisi dei bisogni dei soci e promuovere il conseguimento degli obiettivi imprenditoriali degli associati;
- contribuire alla difesa degli interessi della rete e della comunità di riferimento nei confronti di terzi.

Le competenze del Manager di rete

Si delinea una figura professionale che assume:



COMPETENZE INTERNE (coordinamento delle attività, comunicazione tra i partner, ecc.),



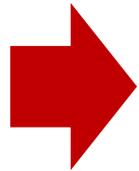
COMPETENZE ESTERNE (rappresentanza nei confronti dei terzi, azioni commerciali, ecc.)

Il manager di rete affianca in maniera forte i titolari delle imprese retiste, anch'essi manager con riferimento al loro specifico business.

Tale figura sembra particolarmente adatta per aggregazioni d'impresе che hanno una consistente necessità di coordinamento interno e che sono focalizzate su molteplici obiettivi, mediamente complessi.

Le competenze del Manager di rete

Nel caso di reti caratterizzate da una maggiore capacità di auto-coordinamento e da pochi obiettivi semplici e molto specialistici il manager si occupa prevalentemente di:



Identificare le opzioni possibili per permettere alle imprese di realizzare tali obiettivi in modo rapido ed efficace, supportandoli nella successiva realizzazione degli stessi.

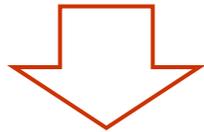
In questo secondo caso si delinea una figura professionale diversa da quella precedente, in quanto più specializzata.

Competenze e capacità:

- capacità relazionali;
- problem solving;
- capacità commerciali e di marketing;
- capacità di pianificazione e controllo.

General manager vs. Manager specialistico

General Manager



Si occupa della definizione degli obiettivi aziendali e della guida della gestione aziendale verso il perseguimento di tali obiettivi, assumendo decisioni, valutando l'impiego delle risorse disponibili e delle risorse umane.

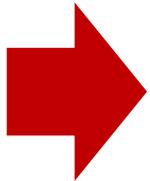
Manager specialistico



Si occupa di pianificare e realizzare attività specialistiche mettendo a disposizione competenze tecniche (es. export manager, sales manager, ecc.).

Le competenze del Manager di rete declinate al femminile

Negli ultimi due decenni, le rapide trasformazioni che hanno investito l'economia, le organizzazioni e il management hanno messo in luce una sempre maggiore problematicità degli stili di direzione tradizionali, basati sullo schema comando-e-controllo e fatto emergere la necessità di riconoscere e valorizzare modelli organizzativi, abilità e stili alternativi.



Alcune competenze e stili di gestione attribuiti alle donne e fino a poco tempo fa considerati disfunzionali come:

- la tendenza a coinvolgersi nei problemi,
- la concretezza,
- la capacità di costruire legami,
- la capacità di ascolto, l'egalitarismo

hanno cominciato ad essere giudicati indispensabili per la trasformazione e il successo delle organizzazioni.

Le competenze del Manager di rete declinate al femminile

Nonostante ciò un dato inconfutabile è che sebbene la forza lavoro femminile sia ormai attestata sul 54% del totale delle nuove assunzioni, soltanto il 4% dei ruoli CEO, e decresca di livello in livello.

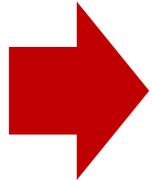
Ciò appare senza motivo in quanto l'efficienza complessiva delle donne in questi ruoli risulta superiore rispetto agli uomini (54.5 contro 51.8), e cresce nel corso degli anni più di quanto non accada per i colleghi di sesso maschile (soprattutto dopo i 40 anni il gap diventa notevole).

Le donne sono ritenute più efficienti in media di 5 punti rispetto agli uomini. (Ricerca condotta da Zenger Folkman nel 2014).

Un gap spiegato, oltre che dalla qualità del lavoro e dalle capacità personali, anche dal fatto che le donne tendono a richiedere più spesso un feedback ai loro superiori. Il che, naturalmente, permette loro di migliorare più rapidamente di chi – gli uomini – si fida troppo delle proprie capacità.

Le competenze del Manager di rete declinate al femminile

Un punto chiave per l'affermazione di una cultura d'impresa nuova e diversa e per la creazione di nuovi spazi manageriali per le donne può essere:



Favorire lo sviluppo di modelli reticolari che pongano al centro il lavoro imprenditoriale e manageriale delle donne.

Le donne hanno maggiori capacità di ascoltare, coinvolgersi con le proprie competenze di vita e lavoro, entrare in relazione, scambiare.....

....Pensare in relazione, produce cultura cosa a cui le donne sono molto sensibili.

General manager e Manager specialistico: il ruolo delle donne

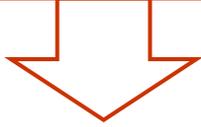
General Manager donna



Si occupa della definizione degli obiettivi aziendali e della guida della gestione aziendale verso il perseguimento di tali obiettivi con la concretezza che caratterizza le donne.

Assume decisioni, valutando l'impiego delle risorse disponibili e delle risorse umane con il buon senso, la comprensione e la capacità a costituire legami tipicamente femminile.

Manager specialistico donna



Si occupa di pianificare e realizzare attività specialistiche mettendo a disposizione competenze tecniche acquisite nelle proprie esperienze di lavoro anche dipendente (es. export manager, sales manager, ecc.) che possono diventare il punto di partenza per una carriera di tipo manageriale volta a far crescere PMI in rete.

Le competenze del Manager di rete declinate al femminile nel turismo

A titolo esemplificativo l'indagine Unioncamere su «Impresa femminile e turismo» ha fatto emergere:

- la connessione tra imprese condotte da donne e innovazione,
- il ruolo della qualità al servizio dell'ospite nelle realtà produttive condotte da donne.

In questa direzione, un tema chiave è quello della **formazione, che vuol dire sviluppare nuove competenze e professionalità in funzione dei nuovi fabbisogni della domanda**. Questo apre spazi di lavoro legati alle imprese esistenti, ma soprattutto al ruolo di esperienze di micro-imprenditoria e all'avvio di nuove imprese.

Oltre che nel turismo anche **l'economia circolare, l'economia verde e la stessa economia sociale** sono ambiti in cui la capacità di innovare, di reinventarsi, la creatività e la fantasia delle donne possono rappresentare elementi fondativi.

Grazie per l'attenzione

Laura Martiniello
l.martiniello@unimerccatorum.it