

Archimede scopre le dinamiche di gruppo attraverso l'Outdoor Management Training

di Luca Martino

Archimede: la Creatività al servizio della Comunicazione

Archimede (www.archimede.nu) è un'agenzia di comunicazione del Trentino Alto Adige. Si occupa di tutto ciò che riguarda la comunicazione aziendale, dalla creazione di siti web, al design di loghi, dal marketing tradizionale a quello non convenzionale (viral marketing, buzz marketing, social network marketing, link building, ecc.).

Durante oltre dieci anni di vita della società, i tre soci fondatori hanno sempre messo al centro del loro lavoro *la creatività*, riconoscendola come un vantaggio competitivo rispetto ad altre realtà del settore.

Negli ultimi tempi hanno perciò deciso di valorizzare il processo creativo (core business di ogni attività pubblicitaria) e di ottimizzare le dinamiche di gruppo, al fine di rendere sinergica la cooperazione fra i tre reparti dell'azienda (*Comunicazione & Marketing, Grafica & Web Design, Programmazione & Innovazione Tecnologica*).

Per far ciò si sono rivolti a Motylab che usa le metodologie proprie della formazione esperienziale per fare *team building*.

Outdoor Management Training: l'esperienza che forma

All'interno di un ampio progetto formativo (fatto di corsi di aggiornamento specifici sull'innovazione tecnologica, sulle nuove strategie di web marketing, sulle metodologie per valorizzare i processi creativi, ecc.), Archimede ha vissuto un'esperienza di Outdoor Management Training.

Tutto il team (13 persone) si è ritrovato per un weekend nel Parco Naturale dello Sciliar in Alto Adige.

Sono stati due giorni in cui ci si è cimentati in prove pratiche, quali la costruzione di zattere, la progettazione e realizzazione di un ponte tibetano e un percorso di orienteering.

Tutte e tre le esperienze erano progettate con difficoltà crescenti, che impegnavano il gruppo sia mentalmente che fisicamente, portando in evidenza le difficoltà e i vantaggi del lavoro di squadra.

Ogni esperienza era preceduta da briefing e successivamente da un momento di analisi. In quest'ultima fase, grazie anche alle riprese video fatte dai formatori, era possibile capire quali dinamiche di gruppo si erano attivate per raggiungere gli obiettivi della missione o per risolvere problemi accaduti in itinere.

Tali momenti di confronto hanno messo in luce le attitudini peculiari di ciascun componente del team e, soprattutto, hanno permesso di capire quali sinergie era in grado di creare con gli altri membri.

Le situazioni di pressione ricreate con le esperienze *outdoor*, naturalmente, hanno evidenziato anche i limiti, attitudinali e comportamentali, prima personali e poi di squadra.

I limiti personali scoperti da ciascuno nel weekend formativo sono stati il tema centrale di un *follow-up day*, tenutosi a qualche mese di distanza. In tale giornata si sono gettate le basi progettuali per il cambiamento di ciascuno e di tutti in relazione a ciascuno.

Questi "obiettivi di miglioramento" sono stati più volte ripresi nei percorsi di tutoraggio personalizzato, distribuiti nel corso dell'intero anno.

Riflessioni sull'OMT

L'esperienza di Outdoor Management Training è stata molto importante per Archimede. Ha permesso di riflettere sulla fragilità della comunicazione fra i reparti, ha dato a tutti i membri del team elementi di riflessione utili a progettare un cambiamento che facilitasse il lavoro di squadra e rendesse più efficiente l'uso delle proprie energie.

Inoltre l'OMT è stato utile ai soci fondatori per capire come impiegare efficacemente le risorse umane a disposizione di Archimede e come migliorare la leadership, finalizzandola al raggiungimento degli obiettivi aziendali.

Una riflessione aperta riguarda la fase di rielaborazione successiva alle esperienze outdoor. Tra i partecipanti al weekend formativo ci si è chiesti se poteva essere utile far seguire una "*pars construens*" alla "*pars destruens*", chiedendo, ad esempio, direttamente al formatore strumenti e metodi per risolvere le problematiche emerse nelle missioni.

In conclusione, l'esperienza di OMT è stata certamente utile ad Archimede, sebbene sia solo una tappa di un percorso lungo, e non sempre facile, di rafforzamento del team e delle competenze personali.

Note sull'autore

Luca Martino lavora in Archimede, Agenzia di Comunicazione di Trento. Si occupa di copywriting, SEM e SEO nel reparto Comunicazione & Marketing. È esperto di viral marketing, buzz marketing, link building e strategie avanzate di posizionamento. Crea e coordina Media Planning on e off-line, basati su analisi di target e di mercato.

l.martino@archimede.nu