

Migliorare la Formazione: conoscenze e strumenti

Fabbisogni formativi II PARTE

17 settembre 2020

Alessandra Di Egidio, Ufficio di Staff Formazione



Quali sono gli Strumenti per l'analisi dei bisogni

Questionari, Survey, Test

Interviste/Colloqui

Intervista di gruppo, Focus groups, Osservazione

Dati relativi a prestazioni, indagini



Il Questionario

È una delle tecniche impiegate nella ricerca per ottenere
informazioni utili, chiare e precise

è un piano di domande che consente di verificare
quantitativamente e qualitativamente le ipotesi della ricerca

è possibile interrogare una **popolazione di soggetti amnia**

è consigliabile **standardizzare lo strumento** (at
aperte che permettono di formulare domande
inserire nel questionario)



I questionari possono raccogliere dati



Conoscenze (es. politiche aziendali)

Capacità (es. Capacità di interagire con il cliente)

Compiti

Combinazione di conoscenze, capacità o compiti (es. Problem Solving e
Processo Decisionale)



Linee Guida per lo sviluppo di Surveys sugli atteggiamenti



Coinvolgere il personale adeguato

Identificare con precisione gli indicatori da misurare

Mantenere le domande semplici

Rendere le risposte dei partecipanti anonime

Comunicare il fine dell'indagine

Progettare il survey in modo che sia facile da analizzare e
rendicontare



Importanza della Lettera di presentazione del Survey

Spiegare perché hanno ricevuto il questionario

Fornire una chiara spiegazione del fine del questionario

Offrire dei buoni e validi motivi per rispondere

Fornire indicazioni riguardo a come e quando rispondere

Essere diretti e sinceri

Esprimere apprezzamento per l'adesione



Migliorare il tasso di risposta a questionari e Surveys

Fornire informazioni che precedano l'invio

Comunicare con chiarezza la motivazione del questionario

Indicare chi prenderà in carico i risultati del questionario

Mostrare come i dati verranno eventualmente integrati

Mantenere il questionario semplice, chiaro e breve

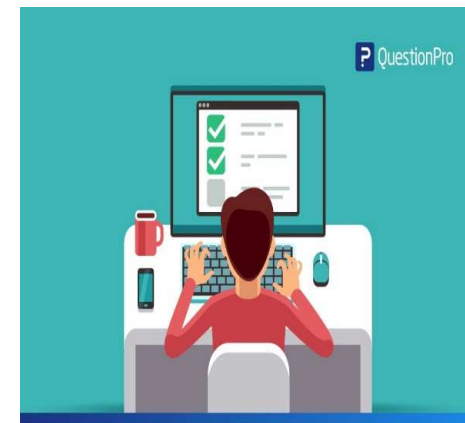
Utilizzare il manager locale o referente per assistenza nella distribuzione del questionario e dimostrare supporto

Se necessario, fare in modo che il gruppo coinvolto sappia di far parte di un campione attentamente selezionato

Utilizzare uno o due promemoria di richiamo che precedano l'invio

Avere la lettera di presentazione firmata da un Dirigente

Inviare una sintesi dei risultati al gruppo selezionato



Vantaggi connessi a Questionari e Surveys

Costo contenuto

Risposte anonime

Facili da somministrare

Tecniche molto comuni, facilmente accessibili

Varietà di opzioni

Possibilità di standardizzazione

Facili da analizzare



Svantaggi connessi a Questionari e Surveys

- Basso tasso di risposta
- Dati inaccurati (qualche volta)
- Dati incompleti
- Condizioni di risposta non controllabili
- Alternative predeterminate
- Le risposte potrebbero essere condizionate



Esercitazione: crea un
questionario!



Istituto Zooprofilattico Sperimentale
del Lazio e della Toscana *M. Aleandri*

Intervista/colloquio



Mezzo di ricerca, diagnosi e intervento fondato su:

interrogazione

relazione

Mezzo per la raccolta di informazioni oggettive: cosa dice il/i soggetto/i

Sottolineatura della relazione interpersonale: come dice ciò che dice il/i soggetto/i



ricchezza e profondità dati





Istituto Zooprofilattico Sperimentale
del Lazio e della Toscana *M. Aleandri*

Progettazione delle interviste

Definire gli argomenti che verranno trattati

Formulare le domande da porre

Fare delle prove

Istruire l'intervistatore

Fornire chiare istruzioni agli intervistati



Vantaggi connessi alle interviste

Flessibilità nell'organizzare l'appuntamento

Dinamismo

Opportunità istantanea di avere chiarimenti

Possibilità di verifica

Contatto personale



Svantaggi possibili connessi alle interviste

Costi elevati

Ad alto investimento di forza lavoro

Effetti collegati alla singola percezione dell'intervistato e
relativa reattività

Timore del confronto faccia a faccia

Necessità di istruire gli intervistatori



Il metodo delle domande

- Le domande sono un ottimo strumento per dirigere un colloquio
- Dovrebbero partire dal generale per scendere poi in maniera scalare, nel particolare
- Andrebbero evitate le domande in cui è implicita una critica che possa generare una sensazione di «giudizio»
- Evitare sempre l'effetto "terzo grado"





Istituto Zooprofilattico Sperimentale
del Lazio e della Toscana *M. Aleandri*

Le domande aperte

«Nella filosofia socratica il dialogo è uno strumento che, tramite interrogazioni tra due o più interlocutori, mira alla correzione di un errore iniziale per giungere a una verità condivisa da rimettere sempre in discussione»

Quando poniamo una domanda aperta il nostro
interlocutore dovrà fare un ragionamento per rispondere

Sono strutturate secondo il modello:

Che ne pensa di...

Cos'è che...

Per quale ragione...

Come...?

L'obiettivo delle domande aperte è:

Avviare il dialogo

Stimolare il pensiero e la memoria

Costituiscono lo scheletro portante del colloquio e per questo devono essere preparate accuratamente





Istituto Zooprofilattico Sperimentale
del Lazio e della Toscana *M. Aleandri*

Domande dirette e indirette

DOMANDE INDIRETTE

Se vogliamo raccogliere informazioni autentiche ad esempio sulle preferenze dell'interlocutore nel lavoro, nella vita privata, nelle relazioni... si suggerisce di ricorrere a domande indirette, che colpiscono meno la sensibilità individuale

Es: *Cosa si fa solitamente nel tuo quartiere nel tempo?*

DOMANDE DIRETTE

Se vogliamo ottenere un'informazione chiara e precisa possiamo utilizzare la domanda diretta

Es: *Che fai nel tempo libero?*

Queste domande, sono più rischiose perché spesso implicano che l'intervistato prenda una posizione personale che va a coinvolgere la sfera dell'emotività





Istituto Zooprofilattico Sperimentale
del Lazio e della Toscana *M. Aleandri*

Le 5W+H

La tecnica delle 5W+H è utilizzata nel mondo giornalistico

per reperire informazioni, notizie e scrivere articoli

Si utilizzano per raccogliere dati sul contesto e informazioni sugli accadimenti

Attenzione! Le domande “Perché” e “Come”: spostano l’attenzione dai fatti alle impressioni personali

Le 5W+1 indicano le seguenti domande:

WHO (CHI)

WHAT (CHE COSA)

WHERE (DOVE)

WHEN (QUANDO)

WHY (PERCHÉ?)

HOW (COME)



<https://youtu.be/S7B3hJZTZhA>

ESERCIZIO: IDENTIFICA IN QUESTA INTERVISTA LE EVENTUALI W PRESENTI!



Il Dominio dell'Ascolto

L'ASCOLTO DEL MONDO DEI
FENOMENI

Saper Ascoltare

L'ASCOLTO DEL
MONDO INTERIORE

L'ASCOLTO DEL MONDO
DELLE RELAZIONI



Nel processo di ascolto

L'atteggiamento di chi ascolta è condizionato da più fattori,
come i seguenti:

Favorire sempre il Processo in contesti fisici il più maggiormente neutri, silenziosi

- ▣ il contesto (setting, situazione ambientale)
- ▣ l'interlocutore (atteggiamento, ci ricorda qualcuno)
- ▣ l'idea che si ha della problematica esposta dall'interlocutore
- ▣ i pregiudizi e gli stereotipi
- ▣ i vissuti, le esperienze fatte e le emozioni





Istituto Zooprofilattico Sperimentale
del Lazio e della Toscana *M. Aleandri*

Saper Ascoltare con l'Ascolto Attivo

- ➔ Non si giudica e non si interpreta, si ascolta
- ➔ Ci si chiede cosa domandare, per comprendere meglio, per permettere all'altro di chiarire il suo pensiero, mettendolo a proprio agio
- ➔ Prima di rispondere ci si ferma a raccogliere idee e impressioni
- ➔ Si compie uno sforzo di attenzione
- ➔ Non si presume di sapere a priori ciò che dirà l'altro, non vi è prevenzione





Istituto Zooprofilattico Sperimentale
del Lazio e della Toscana M. Aleandri

Gli atteggiamenti spontanei nel processo di ascolto

Rogers ha definito **cinque atteggiamenti** o tipi di intervento verbale dell'ascoltatore-intervistatore che **non** facilitano l'espressione del soggetto che parla e la comprensione di ciò che egli ha da dire

- **valutazione** o di **giudizio morale**
- **interpretazione**
- **supporto**
- **indagine**
- **“soluzione al problema”**



Valutazione

L'ascoltatore esprime valutazioni e giudizi.

Può innescare nell'altro le seguenti reazioni:

- ❑ inibizione (scoraggiamento, chiusura al dialogo, blocco)
- ❑ colpa (sensazione di essere in difetto, in errore)
- ❑ ribellione
- ❑ Dissimulazione
- ❑ Oppressione e ansia





Istituto Zooprofilattico Sperimentale
del Lazio e della Toscana M. Aleandri

Interpretazione

La persona che ascolta interpreta il messaggio alla luce di propri schemi logici.

Ciò può portare ad una **distorsione del pensiero** del soggetto che ha avviato il dialogo.

Si può innescare quanto segue:

- ❑ l'interlocutore ha la percezione di essere stato frainteso
- ❑ Si instaura un disinteresse per il colloquio stesso
- ❑ blocco difensivo



Supporto

La persona che ascolta **incoraggia, consola, comprende**.
Il focus di questo comportamento risiede in un approccio materno

Le reazioni indotte nel soggetto sono:

- ❑ desiderio di mantenere questa benevolenza (rischio di atteggiamento di dipendenza)
- ❑ Ribellione nei confronti di questa modalità paternalistica (reazione di controdipendenza)
- ❑ la persona ascoltata si mette in una posizione di attesa, che non comporta azione di miglioramento e contributo attivo





Istituto Zooprofilattico Sperimentale
del Lazio e della Toscana *M. Aleandri*

Indagine

Consiste nel porre domande per ottenere **risposte supplementari ritenute indispensabili** per poter comprendere la situazione. In questo modo chi ascolta fa apparire la **sua personale opinione** su quello che viene reputato fondamentale

Le reazioni indotte nel soggetto sono:

- di condurre verso i dettagli richiesti da chi pone le domande (attenzione al rischio “interrogatorio”)
- reazioni ostili a ciò che viene percepito come mera curiosità dell'intervistatore
- messa in atto delle “difese sociali”, che comportano la volontà implicita nel fornire la migliore impressione di se all'altro





Istituto Zooprofilattico Sperimentale
del Lazio e della Toscana M. Aleandri

Soluzione del problema

Consiste nel **proporre** all'interlocutore un'**idea** per uscire dalla situazione.

Si tratta in genere della **soluzione personale** che sarebbe stata scelta dall'ascoltatore, nella stessa situazione

I risultati possono essere i seguenti

- ❑ l'impressione di essere messo alla porta, rischio di rottura del colloquio
- ❑ l'impressione che la persona debba scegliere questa soluzione, anche se non la ritenga appropriata





Istituto Zooprofilattico Sperimentale
del Lazio e della Toscana *M. Aleandri*

Intervista di gruppo

Fa riferimento al gruppo e comporta un **processo conoscitivo interpersonale**, implica l'attenzione a:

la composizione del gruppo

la struttura

i processi

i fenomeni di gruppo

le difese nel gruppo



Linee Guida per i Focus Group

Selezionare con attenzione gli argomenti, le domande e la strategia

Selezionare un numero adeguato di gruppi

Utilizzare piccoli gruppi

Assicurare che essi costituiscano un campione rappresentativo della popolazione in esame

Fare in modo che i facilitatori abbiano una preparazione specifica





Istituto Zooprofilattico Sperimentale
del Lazio e della Toscana *M. Aleandri*

Svantaggi dei Focus Groups



- Soggettività
- L'efficacia dipende dai facilitatori
- Difficoltà di sintetizzare i risultati

Vantaggi dei Focus Groups

Flessibilità

Costi contenuti

Buon livello qualitativo delle risposte ottenute

Contatto personale



Grazie dell'attenzione

Fonti: Percorso di Specializzazione Train the trainers, diventare esperti del Processo Formativo

