

COACHING E PERFORMANCE MANAGEMENT PER IL SETTORE FARMACEUTICO

Verso l'eccellenza strategica e operativa nella gestione del territorio

Fare coaching è oggi la parola magica con la quale le aziende cercano di esorcizzare le difficoltà di questa fase di transizione ed è anche lo strumento con il quale esse cercano di indirizzare l'azione dei propri Area Manager.

Ma cosa significa fare oggi coaching nel settore farmaceutico?

Quali sono le best practice che un Area Manager deve seguire per realizzare un processo di coaching effettivamente utile per l'Informatore che lo riceve e per l'azienda che investe in un tale processo?

A queste domande risponde il presente lavoro che si prefigge di costruire un processo di coaching che sia un efficace strumento di governo delle performance e che indichi la direzione da intraprendere per rendere permanente la fase di sviluppo e di ricerca dell'eccellenza, creando quindi un fattore caratterizzante per quella organizzazione ed un elemento di successo competitivo.



Claudio Bini
Alessandro Cavalieri Manasse
Vania Marini

COACHING e PERFORMANCE MANAGEMENT PER IL SETTORE FARMACEUTICO

*Verso l'eccellenza strategica e
operativa nel governo del territorio*



C. Bini, A. G. Cavalieri Manasse, V. Marini
*Coaching e performance management per il settore farmaceutico
Verso l'eccellenza strategica e operativa nella gestione del
territorio*
2006
ATI Edizioni
ISBN 88 - 902680 - 0 - X

INDICE

Introduzione

Capitolo 1

Il coaching oggi - Un'epoca di cambiamenti - Capitale umano e leve per lo sviluppo: il valore strategico del coaching - Atto primo: Quando il bastone improvvisamente scompare - Il ruolo del capo-coach - Atto secondo: Il (capo)area oggi anche detto Area Manager - Per un coaching di successo

Capitolo 2

Coaching e Performance management - Lo sviluppo professionale come leva di sviluppo delle performance - La logica e il valore del coaching - Il coaching in azione - Atto terzo: La visita in farmacia - Atto quarto: Il targeting - Stili di coaching - Atto quinto: il gruppo

Capitolo 3

Il processo di coaching - Coaching e governo del territorio - Definizione degli obiettivi da raggiungere attraverso il processo di coaching - Atto sesto: l'ambulatorio - Progettare il coaching - Il piano d'azione - L'analisi dei risultati del processo di coaching

Capitolo 4

Quale percorso di sviluppo per gli Area Manager - Prologo - Auto-responsabilizzazione - Orientamento al progetto - Visione di business - Orientamento al risultato - Auto-governo - Tensione al nuovo - Attenzione al cliente - Analisi - Sintesi - Dare feedback

Brevi considerazioni conclusive

Bibliografia