



PROFESSIONI

1



3

Evoluzioni Cambia il ruolo della principale assistente degli executive

Se la segretaria fa il manager

Deve conoscere il cinese, il marketing e, soprattutto, le human resources. Dimenticate la signorina che gestisce appuntamenti: ora il suo vero compito è il problem solving

Una segretaria, una garanzia. Con i ritmi che aumentano, i confini che si allargano e il personale che diminuisce, serve una buona regia per gestire tempi, voli, incontri e riunioni dei vertici aziendali. Oggi l'assistente di un presidente, di un amministratore delegato o di un direttore generale deve avere una marcia in più. Visione d'insieme e spiccata capacità organizzativa e relazionale, padronanza di più lingue e familiarità con il web, oltre alla classica riservatezza, affidabilità, garbo, flessibilità, problem solving e resistenza allo stress. «Sono figure preziose, che in alcuni casi arrivano a guadagnare cifre interessanti, fino a 50 mila lordi un quadro e 70 mila un dirigente», precisa **Francesca Contardi**, ad dell'agenzia per il lavoro Page Personnel, che ha una divisione specializzata per assistenti di direzione.

SI PUÒ DARE DI PIÙ

In genere sono impiegate (dai 28 ai 38 mila euro di primo livello) e in misura minore quadri (sui 45 mila euro), molto di rado dirigenti, ma a tutte oggi è richiesto di più, lo svolgimento di più mansioni con una visione trasversale dell'azienda. La crisi ne ha ridotto il numero, ma le personal e le executive sono le ultime a lasciare la nave con i loro capitani. Le segretarie dell'era globale devono saper gestire agende complesse (combinare voli e spostamenti più frequenti di una volta), tenere i rapporti

OGGI È IMPORTANTE SVOLGERE PIÙ MANSIONI E AVERE UNA VISIONE TRASVERSALE

all'interno con le varie divisioni e all'esterno con clienti e istituzioni, fare bene da filtro e, se il capo twitta o posta su un blog, scrivere al suo posto quando serve. Con le organizzazioni sempre più piatte e a matrice, certe funzioni si centralizzano e spesso le segretarie degli ad svolgono una parte del lavoro dei vicedirettori di funzione, spazzati via dalla crisi. Così devono coordinare il flusso di informazioni tra uffici, richiedere e raccogliere materiali e relazioni e preparare i documenti per le riunioni di direzione. «Le tecnologie aiutano il passaggio dei dati, ma il ruolo da assistente diventa più articolato perché si interfaccia con più funzioni, e gli aspetti di relazione e di gestione prendono più peso rispetto a quelli più operativi», sostiene **Luca**

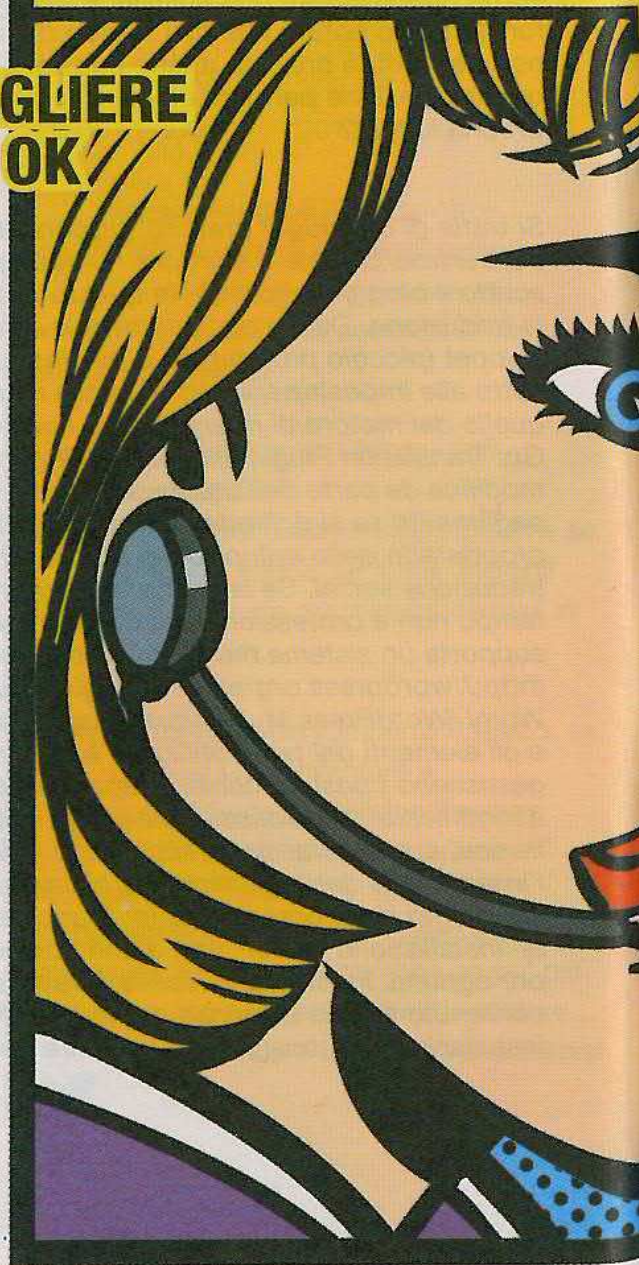
Cadello, responsabile area ricerca e selezione permanent dell'agenzia per il lavoro Articolo1. Capita che il braccio destro del capo aiuti a organizzare viaggi e riunioni anche i direttori del marketing, delle vendite e del personale rimasti senza segretaria. Mentre a causa dell'aumento di mobilità generale deve diventare gli occhi e le orecchie del proprio capo: «Deve avere uno sguardo a 360 gradi sull'azienda. Distaccata quel tanto che le impone il ruolo, ma anche accettata dagli altri per raccogliere rumour

e registrare il clima», racconta **Alessandra Bertin**, consulente human resource, legal & staff di Gi Research, la società di middle management dell'agenzia per il lavoro Gi group. Ma, soprattutto, deve essere in sintonia. L'empatia, in senso strettamente professionale, tra capo e assistente conta moltissimo. «Bisogna piacersi con la propria assistente, professionalmente e caratterialmente», ammette Contardi, che di recente ha stilato con i colleghi australiani una job description dell'assistente moderna sulla base di che cosa chiede il mercato. La richiesta di un supporto più ampio e trasversale trova conferma anche in una ricerca della

OTTO CARATTERISTICHE D'ORO

1. MULTITASKING
2. DIGITALE
3. VELOCE, REATTIVA E RESISTENTE ALLO STRESS

COME SCEGLIERE QUELLA/O OK?



4

5



Esperti 1 Vania e Jessica Alessi. 2 Gaetano Bonfissuto. 3 Paolo Citterio. 4 Francesca Contardi. 5 Luca Cadelo

società olandese Secretary plus, che ha intervistato 2 mila clienti in sette Paesi europei, compresa l'Italia. Oltre alle caratteristiche classiche di riservatezza, affidabilità e flessibilità, i capi azienda chiedono più autonomia (58%) e capacità organizzativa (42%), abilità a offrire più supporto (42%) e a lavorare in team (36%), un livello complessivo più elevato (36%) e saper trattare con gli executive (27%). Non solo, ma un terzo delle aziende intervistate (soprattutto in Belgio, Olanda e Germania), vorrebbe che il proprio braccio destro capisse anche di business, marketing, risorse umane, finanza, vendita. «L'era digitale, automatizzando tante operazioni, ha

liberato tempo e risorse anche per le assistenti, che hanno più tempo per formarsi e acquisire nuove skill, diventare più autonome e proattive e contribuire allo sviluppo organizzativo. Allo stesso tempo sono cambiati i bisogni dei senior manager, che preferiscono assistenti che sappiano consigliare e abbiano competenze anche in finanza, hr e marketing e, talvolta, in project management. Insomma, che diano un valore aggiunto», sostiene **Judith Lehmann**, country manager per l'Italia di Secretary plus.

SPECIALE MA NON TROPPO

Vogliono per caso wonder women? Assistenti come marketing, brand o hr specialist? «A me finora non è capitato. Non mi chiedono assistenti capaci di entrare nel merito. Sempre più professionali e preparate nel proprio ruolo sì, con la padronanza anche delle lingue dei Paesi dove si fa business (cinese, arabo, portoghese), ma non che si sostituiscano al lavoro degli altri», rileva **Gaetano Bonfissuto**, amministratore unico di Social Surf, agenzia per il lavoro specializzata nel social recruiting del middle management. Qualcosa non torna neppure alla Contardi: «Il ruolo evolve, certo, e diventa centrale la capacità di favorire il flusso di comunicazione interno ed esterno, ma sempre nell'ambito delle funzioni di supporto, non di analisi dei dati o di decisioni di business». Eppure richieste di assistenti a tutto tondo, con un maggiore mix di competenze, si registrano anche in Italia. «Ce le chiedono laureate in economia o in marketing e che abbiano gestito gruppi o abbiano lavorato nel marketing, ma prevalentemente nell'ottica di tradurre al meglio e in modo veloce, con cognizione di causa, il loro supporto», aggiunge Cadelo. Altre volte invece le vogliono iper specializzate con più mansioni nello stesso ruolo. «Il 60% delle richieste oggi è di assistenti preparate anche nel business. Lo vediamo molto nel fashion e nelle

aziende più destrutturate, anche se magari con brand noti. Trattano fornitori e clienti per conto del capo, ma con una certa autonomia e a volte, se manca la funzione interna, organizzano anche le hr, il recruiting e la formazione», racconta Bertin. Effetti multipli della recessione, con il rischio di crisi di identità e, magari, di qualche rimostranza sindacale? «Senza esagerare nel pretendere competenze di altre funzioni, ho sempre visto assistenti contente di essere responsabilizzate con più incarichi. È un segno di fiducia e il premio prima o poi arriva. Capi contenti e soddisfatti sanno riconoscere il merito delle proprie segretarie e anche oggi possono farlo, grazie a quel 2-3% del monte salari complessivo da distribuire sul 30% della popolazione più meritevole. Nelle aziende ho visto anche qualche passaggio di ruolo, che però è rischioso se non è preceduto da un'accurata analisi del potenziale individuale. Una ottima assistente può non essere una manager capace o può non avere le competenze tecniche richieste dal ruolo», rileva **Paolo Citterio**, presidente e fondatore di Gidp-Hrda, associazione dei direttori delle risorse umane.

TRASMIGRAZIONI

Frequente il passaggio da segretarie a travel manager e talvolta a responsabili delle fiere internazionali o nel retail, oppure nelle risorse umane, nella comunicazione e nel marketing. «Quando diventano molto brave succede che cambino funzione. Si aprono possibilità di crescita», spiega **Vania Alessi**, fondatrice insieme alla sorella **Jessica** della community Secretary.it, con 7.500 iscritte e workshop, seminari e corsi di formazione, come il Manager assistant's leadership program (quattro moduli frequentabili singolarmente in partenza a maggio) e il Secretary day (Milano 20 maggio - Roma 12 giugno), evento formativo gratuito con premio assistente dell'anno. Di certo, oggi, il caffè ce lo si fa da sé.

Gaia Fiertler

CHIEDONO LAUREATE IN ECONOMIA, CHE ABBIANO ANCHE GIÀ GESTITO GRUPPI

- 4. LAUREA IN ECONOMIA, MARKETING E COMUNICAZIONE
- 5. CINESE, ARABO O PORTOGHESE
- 6. PRATICA CON I NUMERI
- 7. DISCRETA E GARBATA
- 8. EMPATICA

Gosh! I am going to participate to my first board!

