

AchieveGlobal integra la conoscenza

Tecnologia applicata alla formazione: può consentire dei risultati molto soddisfacenti ma non è detto che sia un "must". "Questa è una premessa che va fatta - dice **Roberto Alessandrini, Partner AchieveGlobal** -. In realtà, nell'economia della progettazione, dell'implementazione e dei risultati della formazione, una tecnologia strutturata ha maggior efficacia quando applicata a un'azienda che ha reti, che ha esigenze di distribuzione e, in generale, una popolazione molto ampia (si pensi, per esempio, al personale degli sportelli bancari o alle reti di agenti assicurativi)". E continua Alessandrini: "la relativamente recente flessione dei costi tecnologici ha favorito l'ingresso della tecnologia nella formazione finalizzata a comportamenti che favoriscono il successo (per esempio,



nella vendita o nel servizio al cliente); una formazione che richiede contenuti non standard ma "su misura" per le esigenze dell'azienda cliente".
Oggettivamente il concetto di formazione si è molto evoluto e il confine tra formazione e informazione è sempre più sottile, un'evoluzione alla quale la tecnologia ha dato una forte spinta:

"parlare solo di e-learning come fronte avanzato della formazione, oggi può essere limitativo - continua Alessandrini -. Sarebbe più corretto considerare l'integrazione tra le diverse piattaforme e tecnologie. Un esempio: posso utilizzare l'e-learning per erogare formazione/informazione sulle tecniche di vendita e incrementarne l'efficacia con rinforzi multimediali; prevedere una serie di Web conference interattive per favorire lo scambio e il confronto tra i partecipanti; scegliere la business TV per inviare nel circuito aziendale "pillole" formative/informative secondo una strategia di continuous learning".

Non dimenticare l'aula

Il successo della formazione non è, però, garantito solo da una integrazione ottimale degli strumenti tecnologici. Ci sono almeno altri due aspetti da considerare: la progettazione dei contenuti e la diffusione del sapere a tutti i livelli aziendali: "la formazione - continua Alessandrini -

deve poter avere dei contenuti flessibili indipendenti dalla piattaforma che si utilizza come strumento editoriale. E non solo: soprattutto nel caso della formazione comportamentale, la tecnologia informatica non basta. Il confronto diretto, possibilmente in un'aula reale, o in un'aula virtuale con un facilitatore che garantisca un ambiente collaborativo, permette di

confrontarsi e mettere in pratica. Infine - conclude Alessandrini -, la formazione è un agente di cambiamento, all'interno dell'azienda e di tale cambiamento tutte le funzioni, a tutti i livelli devono essere informate (e coinvolte).

In quest'ottica le soluzioni tecnologiche delle Web Community, dei forum e, ancora una volta, della business TV possono essere uno strumento di grande efficacia. Purché le informazioni che circolano siano sempre coerenti con una strategia aziendale definita e condivisa dalle persone".

Chi è AchieveGlobal

AchieveGlobal è una società internazionale appartenente a un Global Network con 70 uffici operativi in tutto il mondo e con una spiccata focalizzazione sui contesti territoriali. La mission di AchieveGlobal è il supporto a imprese e organizzazioni per tradurre le strategie aziendali in risultati concreti. AchieveGlobal propone servizi in due aree principali: la formazione - soprattutto nell'ambito customer service, leadership e sales performance - e la consulenza. Il ridisegno dei processi, e l'adeguamento degli skill interni consentono di affrontare e risolvere le sfide che derivano dai cambiamenti dei mercati. In particolare, la consulenza è orientata al supporto strategico, alla ridefinizione dell'organizzazione aziendale e dei processi e all'implementazione di soluzioni utili a concretizzare i nuovi obiettivi. (www.achieveglobal.it).