

SISTEMA DI MONITORAGGIO VALUTATIVO

AT : BASILICATA

Azienda : Sviluppo Tecnologie Meccaniche srl

Ambito tematico strategico: Innovazione tecnologica di processo e di prodotto

Titolo : POWER

Codice identificativo del piano: 157648

A cura di : Marcello Faggella

Rapporto realizzato nel mese di Novembre 2018

INDICE

- 1. L'azione formativa strategica in esame**
- 2. Il Piano formativo**
- 3. Il punto di vista dell'azienda**
- 4. Le attività formative del piano**
- 5. Conclusioni**
- 6. Documentazione consultata**

1. L'azione formativa strategica in esame

STM – SVILUPPO TECNOLOGIE MECCANICHE SRL è stata fondata nel 1978 a Vietri (Pz) con il nome di “Officine Zirpoli”. Questa azienda è nata grazie ad Antonio ed Anselmo Zirpoli per produrre e commercializzare nastri trasportatori per il settore minerario.

Strumenti all'avanguardia come la progettazione avanzata e i software di calcolo sono comunemente utilizzati all'interno dell'Ufficio Tecnico di STM. Inoltre STM si sforza continuamente di migliorare le competenze dei propri dipendenti, al fine di dare più vantaggi per il cliente.

L'azione formativa strategica in esame ha riguardato la necessità di implementare un sistema di project management che, attraverso l'applicazione di uno specifico software, permettesse all'azienda di gestire in modo più rapido ed efficiente la gestione degli ordini e le richieste di personalizzazione provenienti dal cliente con conseguenti ricadute sulla gestione del magazzino.

2. Il Piano formativo

2.1 Finalità e obiettivi

L'azione formativa aveva lo scopo di trasferire ai tecnici specializzati dell'ufficio progettazione alcuni standard di processo che gli permettessero di gestire in tempi rapidi e con meno errori, di progetto e di implementazione, la definizione degli ordini e le personalizzazioni richieste dal cliente.

Tutto ciò è stato possibile a seguito di un investimento importante di acquisto software che doveva essere di supporto a tutta la rete vendita e progettazione.

Tutta l'azione formativa aveva pertanto l'obiettivo di migliorare le performance di risultato aziendali e la soddisfazione del cliente finale che doveva vedere esaudite le proprie richieste in tempi minori e con un numero ridotto di problemi di esecuzione.

2.2 L'analisi del fabbisogno

L'analisi del fabbisogno è stata condotta in collaborazione tra la società di formazione, il titolare dell'azienda e gli uffici progettazione e vendite dell'azienda.

Una volta che sono stati definiti gli obiettivi strategici che l'azienda voleva raggiungere ci si è resi subito conto che il personale dell'ufficio tecnico non era in grado di rispondere in modo efficace alle richieste che gli venivano trasmesse dai responsabili commerciali.

Con il supporto dei consulenti dell'ente di formazione si sono pertanto definite tutte le competenze minime necessarie e di conseguenza i fabbisogni che era necessario andare a colmare.

Il progetto formativo doveva pertanto essere funzionale alle seguenti esigenze produttive:

- migliorare la gestione della catena di distribuzione realizzata dalla STM tramite l'introduzione del supporto informatico;

- ottimizzare i legami ed il coordinamento tra fornitori, clienti e processi di distribuzione;
- adeguare la gestione del magazzino al miglioramento del processo produttivo e di gestione degli ordini.

2.3 Il coinvolgimento degli stakeholder

Oltre al coinvolgimento delle parti sociali, che hanno condiviso il piano, l'azienda non ha ritenuto di dover coinvolgere altri stakeholders.

2.4 La progettazione formativa

Per raggiungere gli obiettivi strategici di business definiti sono state identificate le aree del processo produttivo da andare ad esaminare e migliorare :

- la gestione inventario;
- la gestione ordini;
- la gestione dei carichi;
- l'integrazione e gestione della distribuzione;
- la lettura/archiviazione barcode;
- la gestione del magazzino;
- la consulenza afferente alle migliori tecniche e metodologie di riorganizzazione del magazzino.

Tale analisi è stata integrata con un'attività di consulenza sulla riorganizzazione del magazzino che ha completato tutti gli aspetti tecnici della progettazione formativa.

Una volta definite le aree produttive su cui era necessario offrire un supporto di conoscenze, la progettazione formativa è andata a costruire le azioni necessarie e a definire tutti gli aspetti di procedure che andavano dettagliati e standardizzati, costruendo un pacchetto formativo che prevedesse attività d'aula e formazione on the job.

2.5 Gli approcci didattici

Dall'analisi dei fabbisogni è emerso come fosse necessario trasferire una serie di conoscenze teoriche attraverso una primaria fase d'aula per poi andare ad esaminare alcuni casi pratici in una fase on the job.

La scelta di integrare le due modalità didattiche deriva dalla consapevolezza che il training on the job è una tecnica decisamente utile a supporto delle attività di formazione in aula così da rafforzare l'apprendimento in aula mettendo direttamente in pratica i concetti teorici acquisiti. Questa metodologia mira, quindi, alla formazione degli allievi in merito alle modalità di svolgimento dei propri compiti lavorativi.

Tale approccio è stato molto apprezzato dai lavoratori che hanno acquisito competenze di base su una serie di processi che prima della formazione non possedevano.

La parte di formazione on the job ha poi permesso di sperimentare casi reali e mettere concretamente alla prova il software in dotazione per la gestione di problematiche operative.

2.6 La selezione e il monitoraggio dei docenti

L'azienda, una volta individuati gli obiettivi strategici e aver effettuato una prima analisi dei fabbisogni, d'intesa con l'ente di formazione, ha individuato il docente che avesse i requisiti e l'esperienza adatta per la realizzazione delle attività formative individuate.

2.7 Il monitoraggio delle conoscenze e la valutazione degli apprendimenti

L'azienda non ha realizzato un monitoraggio formale delle conoscenze acquisite dai lavoratori ma in base ai risultati aziendali ottenuti, sia i lavoratori che il referente aziendale, hanno espresso una buona soddisfazione sugli apprendimenti acquisiti.

E' stata invece svolta la valutazione del gradimento dei partecipanti i cui risultati vengono riportati nel paragrafo 4.2 .

2.8 Considerazioni riepilogative

Il piano formativo, pur essendo molto breve , di sole 16 ore, è stato progettato in modo molto accurato grazie soprattutto ad un fabbisogno formativo che sia i lavoratori che l'azienda avevano ben chiaro e che sono stati in grado di trasferire all'ente di formazione ed al docente.

3. Il punto di vista dell'azienda

3.1 Breve profilo dell'azienda e del settore

STM – SVILUPPO TECNOLOGIE MECCANICHE SRL è stata fondata nel 1978 a Vietri (Pz) con il nome di “Officine Zirpoli”. Questa azienda è nata grazie ad Antonio ed Anselmo Zirpoli per produrre e commercializzare nastri trasportatori per il settore minerario.

Nel 1988 l'azienda realizza un nuovo impianto di 2.000 mq con sede a Tito Scalo e nuovo nome - STM S.r.l. - mentre nel 1991 avviene l'ingresso nei settori automobilistico e ferroviario con la creazione di un nuovo ramo aziendale denominato “Divisione Componenti”.

Nel 1998 viene realizzato un nuovo impianto più grande – 30.000 mq e nel 2010 STM esprime il suo vero potenziale attraverso una forte presenza sui mercati internazionali, fornendo prodotti per Denso Do Brasil e sviluppando soluzioni innovative nella movimentazione dei materiali sfusi.

3.2 Orientamenti strategici e processi di innovazione

L'azienda punta costantemente all'innovazione e alla formazione del proprio personale e recentemente ha deciso d'implementare diversi progetti innovativi che le porteranno tipologie diversificate di vantaggi:

- grazie all'acquisto di un nuovo software migliorare la catena distributiva fornendo un efficace supporto alla rete di vendita e aggiornando le competenze dei propri lavoratori;
- riorganizzare in modo efficace il magazzino:
- applicare in modo sempre più spinto sistemi di Supply Chain Management (SCM).

Dall'implementazione dei progetti summenzionati, l'azienda intende ottenere una serie di conseguenze positive quali minori costi di gestione, riduzione dei costi fissi, acquisizione di nuovi clienti, aumento del fatturato, efficientamento del magazzino.

L'orientamento strategico è pertanto quello di utilizzare processi di gestione degli ordini innovativi in grado di consentire un miglior rapporto con i clienti e minori tempi di risposta alle loro esigenze.

3.3 Profili professionali e competenze professionali con maggiore impatto sugli obiettivi strategici

La gestione di una Supply Chain così spinta all'interno di STM risulta estremamente utile a garantire una maggiore efficienza aziendale e quindi l'introduzione di un software di gestione in questo ambito coinvolge, in prima battuta e in maniera più forte, gli impiegati dell'area progettazione dell'azienda.

Le competenze tecniche già in possesso da parte degli stessi sono risultate molto utili nella definizione di un percorso di tipo avanzato anche se dall'altro lato, i referenti dell'ente di formazione hanno evidenziato come sia stato necessario scardinare alcune convinzioni precedenti per sostituirle con nuove modalità esecutive dei processi.

3.4 La partecipazione al piano in esame: aspettative, risultati attesi

La partecipazione al piano è stata molto positiva e sia il referente aziendale che i lavoratori coinvolti avevano molte aspettative sulle potenzialità dell'azione formativa nel colmare tutti i gap di conoscenza esaminati durante l'analisi del fabbisogno.

I risultati attesi erano pertanto legati al poter fornire ai lavoratori le competenze necessarie affinché la gestione degli ordini avesse un percorso più fluido e con minori errori di processo.

Ci si aspettava inoltre che le varie personalizzazioni richieste dal cliente fossero gestite in tempi più ridotti anche grazie ad una gestione ottimizzata del magazzino.

3.5 La partecipazione al piano: i risultati percepiti

Il Soggetto Proponente Skills Consulting, al fine di effettuare un'attività di monitoraggio sui risultati percepiti, ha somministrato al datore di lavoro un questionario di valutazione della customer satisfaction che valuti e monitori il livello di partecipazione al processo formativo, articolato in partecipazione all'analisi dei fabbisogni, alla progettazione didattica, alla valutazione degli apprendimenti.

Dai report del test e dall'intervista effettuata i risultati rilevati dal management sono stati più che positivi.

Il referente aziendale ha infatti avuto la percezione, fin dall'inizio della progettazione, che il percorso avrebbe soddisfatto le aspettative poiché l'analisi dei fabbisogni aveva inquadrato in modo ottimale il gap di competenze dei lavoratori.

Al termine del percorso formativo, le conoscenze acquisite sono state applicate immediatamente con vantaggi per l'azienda che si sono immediatamente percepiti: rapidità di esecuzione delle modifiche progettuali, minori errori di progetto, minore immobilizzazione di risorse in magazzino.

3.6 Considerazioni riepilogative

Il management ha valutato in modo molto positivo tutto il percorso e si è reso conto dell'importanza dell'investimento software che è stato fatto.

Tutto il management ha valutato in modo estremamente positivo, sia durante il percorso che al suo termine, la gestione di tutto il progetto, dalle modalità didattiche

utilizzate ai casi pratici affrontati ed ha pertanto preso in considerazione di proseguire il percorso con ulteriori azioni formative.

4. Le attività formative del piano

4.1 Il punto di vista del referente aziendale della formazione

Tutte le considerazioni sul progetto sin qui descritte sono state espresse dal management aziendale che ha seguito direttamente ogni fase del percorso.

4.2 Il punto di vista dei lavoratori sulle attività formative cui hanno partecipato

Il monitoraggio e la valutazione dei risultati e degli effetti delle attività formative rappresenta un elemento strategico ai fini dell'aggiornamento e della revisione continua del sistema formativo, poiché garantisce il costante allineamento dell'analisi e della progettualità che sta alla base di ogni intervento.

Il Soggetto Proponente Skills Consulting ha somministrato a tutti i partecipanti un questionario di valutazione della customer satisfaction che valuti e monitori l'organizzazione, la docenza, i materiali, gli orari, le metodologie didattiche.

Nello specifico sono state somministrate le seguenti domande ai partecipanti:

1. In quale misura i contenuti del corso sono coerenti con gli obiettivi del corso?
2. Quali dei temi affrontati ha trovato più interessanti?
3. Quali argomenti riterrebbe opportuno approfondire?
4. Ritiene la Sua partecipazione al corso coerente con la Sua attuale posizione?
5. Ritiene di poter applicare le conoscenze acquisite nella Sua realtà lavorativa?

(Motivare in caso di NO)

6. Considerato 100 il valore percentuale di apprendimento, quanto ritiene di aver appreso da questo corso?
7. Docente
 - 7a. Come valuta la chiarezza espositiva del docente?
 - 7b. Come valuta il rapporto docente/partecipante?
7. Come valuta la partecipazione del gruppo? (interazione, qualità, dinamica, ecc...)
9. Come valuta l'organizzazione?
10. Ritiene le aule didattiche adeguate all'attività svolta?
11. Ritiene adeguato il materiale didattico (se distribuito) di supporto al programma svolto?
12. Crede che la durata del corso sia stata sufficiente?
13. Eventuali proposte per migliorare il servizio

Tutti i lavoratori intervistati hanno espresso giudizi positivi sulla formazione a cui hanno partecipato.

I partecipanti sono stati entusiasti del livello di competenza dei docenti e delle modalità di insegnamento che hanno mixato in modo adeguato la parte pratica e la parte teorica, andando nel concreto ad analizzare gli errori di processo che venivano svolti o le potenzialità del software che fino ad allora avevano sottostimato.

Sono state molto apprezzate anche le modalità di gestione del corso e le tempistiche che si sono adattate alle esigenze lavorative.

I lavoratori si augurano che questo sia solo un primo passo di un processo di formazione più ampio che venga ripetuto nei prossimi anni.

4.3 Considerazioni conclusive

Dalle interviste effettuate è emerso che le attività formative si sono svolte in modo ottimale e che hanno soddisfatto in ogni aspetto le aspettative e le esigenze del management aziendale e dei lavoratori. Non sono emerse criticità o problematiche se non relativamente alla durata del percorso che da alcuni lavoratori è stato ritenuto troppo breve.

5. Conclusioni

Il progetto si è svolto nel migliore dei modi partendo da una buona analisi dei fabbisogni e da una corretta progettazione degli interventi formativi.

Sia il management che i lavoratori hanno visto soddisfatte le aspettative che avevano all'inizio del percorso formativo.

Il progetto formativo ha permesso di implementare e sviluppare le tecniche e le metodologie atte a favorire l'ottimizzazione e l'utilizzo corretto delle innovazioni di processo e di prodotto all'interno dell'azienda beneficiaria.

Grazie a questo intervento l'impresa è riuscita a sviluppare processi migliorativi della gestione delle risorse tecnologiche in possesso, migliorare le prestazioni lavorative, dare attuazione al processo di informatizzazione aziendale, innalzare le competenze dei lavoratori sia in generale sulla gestione di progetti complessi che nello specifico esame e sviluppo della casistica della STM.

Il progetto rappresenta senza alcun dubbio un ottimo esempio di come la formazione possa agevolare la competitività aziendale attraverso uno sviluppo equilibrato tra innovazione tecnologica e innovazione organizzativa.

La STM, per sua natura e per esigenze di mercato, ha da tempo intrapreso un percorso di informatizzazione ma non rappresenta sicuramente la normalità tra le PMI.

La formazione può essere sicuramente, grazie al coinvolgimento attivo dei lavoratori, lo strumento ideale per supportare tali realtà nell'adozione sempre più massiva delle tecnologie digitali in maniera consapevole e strategicamente vincente.

6. Documentazione consultata

Formulario del piano formativo

Presentazione dell'azienda fornita dall'azienda

Relazione finale del piano

Report Valutazione e Monitoraggio

Report Test STM