

SISTEMA DI MONITORAGGIO VALUTATIVO

AT : BASILICATA

Azienda : VIM srl

Ambito tematico strategico: Innovazione tecnologica di processo e di prodotto

Titolo : WEBGATE per i gestionali amministrativi

Codice identificativo del piano: 200167

A cura di : Marcello Faggella

Rapporto realizzato nel mese di Ottobre 2019

INDICE

- 1. Introduzione**
- 2. Strategie aziendali e ruolo della formazione continua**
- 3. La gestione del processo formativo**
- 4. Conclusioni**

1.Introduzione

La VIM srl rappresenta un'azienda leader nel settore della vendita all'ingrosso di medicinali ma è anche riconosciuta in Basilicata come un'azienda da sempre attenta alla formazione del proprio personale e continuamente all'avanguardia nell'innovazione tecnologica di processo e nella digitalizzazione dei suoi servizi.

La scelta di selezionare quest'azienda per il monitoraggio valutativo è stata pertanto dovuta alla certezza che l'analisi di quest'azione formativa sarebbe stata di sicuro interesse come caso di studio e come applicazione concreta della formazione continua abbinata ad un parallelo investimento tecnologico.

2. Strategie aziendali e ruolo della formazione continua

2.1 Breve profilo dell'azienda e del settore

VIM nasce a Matera, Capitale Europea della Cultura per il 2019, nel 1962 per iniziativa del Dr. Pietro Motta, farmacista. Dopo i primi anni di attività, in cui si consolida la presenza sul territorio lucano e nelle aree limitrofe, negli anni '90 VIM attraversa una fase di crescita dinamica, passando da magazzino locale a fornitore nazionale.

Ad oggi, con circa 3.200 farmacie servite, VIM è presente su gran parte del territorio nazionale.

La missione dell'azienda è la distribuzione capillare, efficiente e tempestiva dei prodotti, con un approccio orientato alla soddisfazione del cliente e supportato da una vasta gamma di servizi complementari.

Al momento VIM dispone di oltre 18.000 mq di superficie di magazzino e altri 1.000 mq destinati alle attività amministrative e gestionali.

Di primaria importanza all'interno della struttura è il servizio clienti dove, operatori specializzati sono in grado di fornire in tempo reale informazioni dettagliate di carattere commerciale e tecnico.

L'azienda, oggi, rappresenta il settimo gruppo per quota di mercato in Italia con quote sempre crescenti in un ambito fortemente competitivo che si sta sempre più orientando alla chiusura della filiera attraverso l'acquisizione da parte dei grossi distributori delle grandi farmacie operanti sul territorio nazionale.

2.2 Orientamenti strategici e processi di innovazione

Gli ordini, acquisiti prevalentemente per via telematica, sono trasferiti ad un sistema di allestimento automatico che con oltre 5.000 prodotti gestiti è in grado di controllare circa l'80% della movimentazione quotidiana.

Il restante 20% dei prodotti viene gestito con un sistema di prelievo manuale che gestisce oltre 50.000 prodotti.

Una volta allestiti i prodotti sono avviati alle linee di consegna e trasferiti presso il cliente esclusivamente con automezzi coibentati che garantiscono il controllo delle temperature nelle fasi di trasporto.

Dai 10 magazzini sparsi in tutta Italia partono 120 corrieri per 5.000 consegne al giorno per servire le 3.200 farmacie e parafarmacie presenti in 54 province italiane.

VIM sta portando sempre più tutti i suoi processi verso la digitalizzazione attraverso un percorso denominato *e-vim* dove ogni singola fase, dall'ordine al documento di trasporto alla fattura è totalmente digitale e tracciabile da pc, tablet o smartphone.

2.3 Obiettivi aziendali e formazione erogata

La funzione del distributore intermedio si esprime quotidianamente in termini concreti di ampiezza della dotazione, garanzie di controllo delle condizioni di conservazione, precisione e puntualità delle consegne.

Da sempre la VIM ha perseguito questo ruolo dando vita ad una realtà più articolata in cui il rapporto con la farmacia non sia ridotto soltanto ad impersonale e statico trasferimento di beni, per essere piuttosto proiettato in una dimensione più

moderna che veda entrambi attori di una relazione dinamica e flessibile dove alla dotazione del medicinale si affianca una puntuale e profonda capacità di elaborare e trasmettere il valore aggiunto della conoscenza che contribuisce ad esaltare la qualità delle prestazioni del farmacista stesso.

In tale contesto ipercompetitivo, VIM programma con molta precisione investimenti tecnologici e conseguenti aggiornamenti formativi.

La complessità e la rapidità del servizio, infatti, ha reso necessario nel tempo importanti investimenti nel campo dei servizi e delle infrastrutture informatiche, gestionali, nonché, contabili. Da qui la necessità di implementare nel tempo un sistema informatico capace di gestire e far dialogare i diversi asset organizzativi aziendali a tutto vantaggio della competitività e dell'efficienza aziendale.

Dopo aver implementato in azienda il sistema per la gestione delle commesse, della produzione e della commercializzazione del prodotto, era necessario procedere ad interfacciare il sistema in uso, il webgate400, con i gestionali amministrativi e di contabilità curando, nel contempo, anche la qualificazione e l'aggiornamento delle competenze professionali degli operatori aziendali.

Questo l'obiettivo del lungo percorso formativo intrapreso che si è composto di due azioni formative svolte in sequenza di cui è in esame la seconda.

2.3.1 Aspettative rispetto alla formazione

Dagli obiettivi strategici delineati sopra è nata l'esigenza formativa in esame.

Obiettivo del corso era quello di formare gli utenti, nel caso specifico il personale dell'amministrazione, ad usare questo tipo di interfaccia informatica che, pur lasciando inalterato il funzionamento applicativo del software precedentemente in uso, presenta grandi miglioramenti dal punto di vista funzionale avendo le proprietà grafiche tipiche di Windows. Grazie alla formazione da erogare ci si attendeva un miglioramento dei tempi di gestione delle varie fasi produttive, una riduzione degli errori di gestione degli ordini e una maggiore integrazione tra le varie funzioni aziendali.

2.3.2 Impatto della formazione (risultati concreti)

WebGate400 è una interfaccia Windows (e/o Web) che viene usata per rendere grafiche le applicazioni del sistema iSeries (AS/400).

Grazie alle attività formative sono state trasferite ai partecipanti le conoscenze e le competenze per utilizzare più rapidamente e più efficacemente le funzionalità del software, nonché, ad elevare significativamente la qualità del lavoro. Partendo da una panoramica generale delle peculiarità del pacchetto software in uso, si è scesi, procedura per procedura, nelle funzioni particolari, fornendo così un'ampia

visione delle caratteristiche di WebGate400, sino a consentire ai lavoratori destinatari dell'intervento la massima padronanza di tutte le funzionalità informatiche e gestionali del software.

Grazie alla formazione erogata, sia il rappresentante dell'azienda che i lavoratori intervistati hanno evidenziato un incremento della velocità di analisi delle problematiche di processo e un'integrazione con le altre aree produttive decisamente più fluido e in grado di ridurre i tempi di consegna del farmaco alla farmacia cliente.

Le interviste hanno inoltre fatto emergere un risultato inaspettato in fase di progettazione : il confronto tra colleghi di aree tecniche diverse avuto durante lo svolgimento del percorso formativo, ha portato a risolvere una serie di problematiche del flusso operativo fino ad allora non chiare ed evidenti.

2.4 Considerazioni riepilogative

La VIM srl è un'azienda che vive in un settore altamente competitivo e molto delicato dove tempestività, accuratezza della consegna e garanzia estrema di qualità sono tutti fattori spinti ai massimi livelli. In questo ambito la filosofia del just in time è fondamentale e rappresenta l'arma più importante che può fare la differenza nella conquista di nuove fette di mercato.

L'investimento in innovazione tecnologica accompagnato da una formazione continua è la strada che ha portato la VIM da piccola farmacia a grande azienda presente in tutta Italia.

Grazie alla formazione erogata parallelamente all'investimento materiale effettuato si è data completa attuazione al progetto di digitalizzazione del processo produttivo portando un concreto beneficio percepibile dal cliente finale.

3. La gestione del processo formativo

3.1 L'analisi del fabbisogno

Il percorso in esame era la prosecuzione di un progetto formativo già implementato in passato volto ad affrontare altri aspetti tecnici dell'applicazione del software e pertanto parte dell'analisi del fabbisogno era stata già realizzata.

Anche in questa occasione il percorso è stato definito con la collaborazione tra la società di formazione, il responsabile tecnico e gli uffici progettazione e vendite dell'azienda.

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.

L'analisi è stata sviluppata attraverso numerose interviste ai referenti aziendali e ai lavoratori destinatari della formazione

ed ha preso compiutamente corpo dopo una serie di analisi e approfondimenti sul campo.

3.2 Le figure professionali coinvolte nella formazione

Le docenze sono state affidate ad un consulente informatico esterno che ha fornito il software in affiancamento agli esperti informatici interni all'azienda.

Per quanto riguarda i partecipanti, mentre nella precedente edizione del corso erano state coinvolte principalmente le figure dell'area vendita e marketing, in questa fase ci si è concentrati sul personale amministrativo.

3.3 L'analisi della gestione della formazione dalla progettazione alla valutazione

La gestione di ogni fase della formazione è stata molto semplice grazie all'esperienza svolta nel percorso precedente. L'azione è stata strutturata al fine di esaminare tutti i casi pratici che potevano presentarsi quotidianamente prima in aula e poi in affiancamento on the job.

Le attività corsuali sono state svolte suddividendole nell'arco di 6 mesi al fine di non interferire troppo con l'attività lavorativa ma lasciando comunque una cadenza settimanale.

La gestione dei contenuti del corso è stata adeguata alle esigenze iniziali dei partecipanti e si è evoluta di pari passo durante il corso.

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.

Il docente era un consulente storico dell'azienda molto conosciuto dai lavoratori e ciò ha permesso da subito di creare un rapporto proficuo con i partecipanti.

Nessuna criticità è stata evidenziata dai lavoratori intervistati ma al contrario, i risultati ottenuti hanno spinto i lavoratori a richiedere ulteriori moduli formativi.

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.

3.4 Considerazione riepilogative

Il piano formativo, pur non essendo molto lungo , di sole 80 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 derivava da esigenze sviluppate già nella precedente edizione.

4. Conclusioni

4.1 Gli elementi e/o i fattori che hanno influito positivamente sulla formazione

Diversi gli elementi e fattori che hanno influito positivamente sulla formazione.

Sicuramente un'analisi dei fabbisogni approfondita e realizzata sul campo intervistando i diretti beneficiari della formazione.

In secondo luogo l'aver individuato come docente un referente tecnico già conosciuto dai lavoratori che ha creato da subito empatia e comunicazione mediante "lo stesso linguaggio".

In terzo luogo l'aver abbinato parte in aula e parte on the job applicando sul campo, lezione dopo lezione, le nuove conoscenze acquisite.

4.2. Le buone prassi formative aziendali

Nel contesto individuato non sono state individuate particolari buone prassi soprattutto se si guarda all'aspetto della novità.

L'azione formativa esaminata ha avuto degli ottimi risultati semplicemente perché sono state seguite le normali accortezze di ogni buon progetto formativo: analisi ben strutturata delle esigenze, aderenza dei contenuti ai fabbisogni, scelta adeguata dei docenti, alternanza tra aula e on the job.

4.3 Conclusioni

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

L'entusiasmo ed i risultati concreti trasferiti dal referente aziendale e dai lavoratori hanno confermato il potere della buona formazione continua nell'innalzare la competitività aziendale.

Tale esperienza è stata inoltre la riprova che dietro ogni processo di digitalizzazione ci sono sempre delle persone che, se adeguatamente formate, trasformano l'enorme potenziale dell'innovazione tecnologica in vero valore per l'impresa.