

MONITORAGGIO VALUTATIVO 2023
Capitale Umano e Nuove Competenze
CO.M.I.T.EL. SRL

Ambito tematico strategico:
Innovazione digitale e tecnologica, di processo e di prodotto

Articolazione territoriale Calabria

TEAM DI LAVORO

Dott.ssa Paola Smiraglio

Conto Formazione – Piano ID n. 310068

TITOLO - AGGIORNAMENTO PRINCIPALI ATTIVITÀ AZIENDALI

Introduzione	4
--------------	---

Conto Formazione - Piano ID n. 310068 – Titolo - Aggiornamento Principali Attività Aziendali

1. Introduzione	5
2. Strategie aziendali e ruolo della formazione continua	
2.1 Breve profilo dell'azienda e del settore	6
2.2 Orientamenti strategici e processi di innovazione	7
2.3 Obiettivi aziendali e ruolo della formazione	7
2.4 Considerazioni riepilogative	8
3. Il Piano formativo	
3.1 L'Analisi del fabbisogno, metodologie e risultati	9
3.2 Il processo formativo dalla progettazione alla valutazione degli esiti	10
3.3 Considerazioni riepilogative	11
4. L'Impatto della formazione	
4.1 L'impatto della formazione	12
4.2 Considerazioni riepilogative	12
5. Conclusioni	
5.1 Gli elementi e/o i fattori che hanno influito positivamente sulla formazione	13
5.2 Le buone prassi formative aziendali	13
5.3 Conclusioni	14

1.INTRODUZIONE

La CO.M.I.T.EL. nasce nel 1998, riunendo diverse realtà con esperienza pluriennale nei settori dell'energia, dell'impiantistica elettrica, della telefonia mobile e fissa. Oggi è un punto di riferimento nella progettazione e installazione di reti di telecomunicazione, di storage energetico, progettazione e distribuzione di impianti energetici, di distribuzione di energia MT/BT e più in generale, nell'installazione di infrastrutture tecnologiche avanzate.

Nelle pagine che seguono raccontiamo una storia imprenditoriale connotata da una forte e continua attenzione alla formazione per l'aggiornamento ed il miglioramento delle competenze delle proprie risorse umane.

Formare per supportare e consolidare gli investimenti per la crescita e l'innovazione ma anche per migliorare il clima aziendale e la soddisfazione dei dipendenti.

1. INTRODUZIONE

Il piano formativo oggetto dell'analisi è contraddistinto dal codice identificativo n. 310068

Trattasi di un piano formativo aziendale ordinario, presentato a valere sul conto formazione.

L'azienda beneficiaria del piano è la **C.O.M.I.T.EL. SRL** azienda operativa nel settore impianti telefonici ed elettrici che ha ben inteso i numerosi vantaggi della scelta di investire nella formazione costante dei propri dipendenti.

Proporre corsi di formazione/ aggiornamento ha ripercussioni positive sia sull'employee engagement che sull'aumento della produttività.

L'employee engagement è la misura del coinvolgimento del dipendente verso l'organizzazione. Il collaboratore che si sente coinvolto negli obiettivi dell'azienda e ne condivide i valori è più produttivo.

Se percepisce il proprio ruolo come rilevante all'interno dell'impresa, infatti, si sente parte attiva dell'organizzazione e, a parità di competenze, si dimostrerà più efficiente e collaborativo in quanto più realizzato dal punto di vista lavorativo e di conseguenza più propenso a contribuire in modo propositivo ai processi innovativi.

Inoltre, è stimolato a trasmettere al cliente i valori aziendali, cercando di soddisfare al meglio le sue necessità.

Aumenta la produttività perchè i corsi di formazione permettono ai dipendenti, e quindi anche all'azienda, di stare al passo con gli avanzamenti tecnologici e i cambiamenti del mercato. Questo è fondamentale per essere competitivi e creare innovazione.

Da non sottovalutare che quando aumentano le competenze e la preparazione dei dipendenti, solitamente migliorano anche le loro performance. Essi acquisiscono infatti più confidenza con procedure e strumenti tecnici, ciò dovrebbe consentire loro di svolgere le proprie mansioni in modo più efficiente.

Riassumendo, quindi, investire nella formazione dei dipendenti è fondamentale per creare un ambiente di lavoro stimolante e pronto ad affrontare le sfide imposte dall'innovazione tecnologica e dai cambiamenti del mercato.

Un'azienda che decide di seguire questo percorso avrà maggiori possibilità di veder crescere il proprio business.

2. STRATEGIE AZIENDALI E RUOLO DELLA FORMAZIONE CONTINUA

2.1 Breve profilo dell'azienda e del settore

CO.M.I.T.EL. S.R.L. nasce nel 1998 come collettore di diverse realtà con esperienza pluriennale operanti nel settore dell'energia, dell'impiantistica elettrica e nel settore della telefonia mobile e fissa su tutto il territorio del sud Italia.

La fusione dei loro know-how ha consentito di accorpare in un'unica realtà tutte le competenze necessarie per le sfide dell'evoluzione tecnologica che il nuovo millennio avrebbe apportato.

L'azienda è un punto di riferimento nella progettazione e installazione di reti di telecomunicazione, di storage energetico, progettazione e distribuzione di impianti energetici, di distribuzione di energia MT/BT e più in generale, nell'installazione di infrastrutture tecnologiche avanzate.

Inoltre vanta una consolidata esperienza nella progettazione, realizzazione e manutenzione nel settore energetico. L'impegno nel settore ha portato a collaborare con costanza con E-Distribuzione S.p.a. e alla realizzazione dell'impianto di storage energetico più grande d'Europa.

Primo impianto in Europa di 2MWh: un sistema per immagazzinare l'energia prodotta da fonti rinnovabili e immetterla nella rete elettrica quando è necessaria.

Lo storage, che occupa una superficie di 400 m2, può essere descritto come una enorme batteria al litio ricaricabile, molto simile a quelle dei telefoni cellulari. Una serie di container ospitano le diverse componenti dell'impianto, che permettono di accumulare l'energia per una capacità pari a 2 MWh, trasformandola da corrente continua ad alternata, come quella che si usa nelle case, regolando la tensione per poterla immettere nella rete.

CO.M.I.T.EL. dedica particolare attenzione alla progettazione e sviluppo di infrastrutture tecnologiche.

Installazione, configurazione e collaudo centrali BSC, MSC e di telefonia fissa, di infrastrutture di comunicazione in fibra ottica ed ethernet certificata categoria 6E, di reti Wi-Fi Urbane e creazione di Link Radio ad alta capacità e stabilità sono solo alcuni esempi dell'impegno profuso in questo settore e nella ricerca e aggiornamento dei migliori standard tecnologici.

Il raggio d'azione di CO.M.I.T.EL. abbraccia diversi segmenti offrendo sempre servizi e operatività di alta qualità: Telecomunicazioni, Energia, Progettazione, Impianti Mt/Bt, Infrastrutture Tecnologiche, Compatibilità Energetica, Sicurezza, Ricerca e Sviluppo, Installazione e Manutenzione di Impianti di Climatizzazione per Enti Pubblici e Privati.

CO.M.I.T.EL., attraverso una pluriennale esperienza nel settore e una professionalità di alto livello, vanta rapporti privilegiati con i maggiori operatori di Telefonia mobile Italiani ed i loro principali Partner Commerciali, nonché collaborazioni e partnership con le migliori aziende internazionali del settore.

Il portafoglio Clienti della ditta include Vodafone Italia, SIRTl Spa, Ericsson, Siemens, TIM, Wind, E-Distribuzione Spa, OpenFiber, Anas oltre che Enti Pubblici di vario genere.

2.2 Orientamenti strategici e processi di innovazione

Dall'intervista effettuata con il responsabile della formazione aziendale è emerso che la capacità di fare innovazione di qualità rappresenta un fattore decisivo di successo per la **C.O.M.I.T.E.L.**, in quanto in contesti di mercato sempre più dinamici e competitivi l'abilità di innovare in modo efficiente e coerente con gli obiettivi strategici è un requisito essenziale per generare un vantaggio temporale, difficilmente colmabile nel breve termine dai competitors.

E' necessario potenziare e guidare strategicamente la capacità di generare innovazione di valore per l'impresa, qualificando le persone e creando in generale una cultura industriale che sia in grado di individuare le strategie organizzative e manageriali e le linee operative e di comunicazione per alimentare la tendenza all'innovazione.

La forza lavoro rappresenta un vantaggio competitivo rispetto ai concorrenti e dunque programmi di formazione efficaci diventano basilari per garantire una forza lavoro impegnata, sofisticata e conforme.

Risulta quindi innegabile il fondamentale supporto della figura intervistata in quanto si è in primis effettuata una diagnosi che ha individuato con precisione le carenze da colmare, per poi elaborare nuove strategie per migliorare l'efficacia della formazione.

2.3 Obiettivi aziendali e ruolo della formazione

Da dove partire per delineare una pianificazione strategica di successo volta proprio al raggiungimento degli obiettivi individuati appena menzionati?

Certamente dall'analisi e dalla comprensione reale del contesto competitivo in cui si opera e dalla valutazione delle risorse di cui si dispone e della propria realtà aziendale.

Una volta definito e scritto l'obiettivo aziendale che si vuole perseguire, è indispensabile delineare la strategia che consente di raggiungere la meta prefissata. In altre parole, è fondamentale pianificare un insieme di azioni coordinate che hanno come scopo ultimo il raggiungimento dell'obiettivo stesso.

La C.O.M.I.T.E.L. e tutto il gruppo di aziende di cui fa parte ha ben inteso come la formazione coniuga

le esigenze di crescita aziendale con gli obiettivi di sviluppo professionale delle persone.

L'attività è regolata da una procedura di Gruppo che definisce ruoli, responsabilità e compiti nella gestione dei processi formativi finalizzati allo sviluppo di competenze, conoscenze e capacità professionali necessarie alla copertura delle posizioni aziendali.

Il processo prevede la rilevazione delle esigenze formative di tipo strategico, sui temi ad impatto trasversale, e dei fabbisogni formativi specifici, connessi alle singole attività, con l'indicazione di finalità e risultati attesi:

- l'individuazione di parametri oggettivi di valutazione e criteri di misurazione dell'efficacia dell'intervento formativo;
- la progettazione, l'erogazione e la valutazione dei percorsi formativi.

Stabilire quindi le linee guida e gli strumenti operativi per la rilevazione dei fabbisogni e gestire centralmente la formazione: manageriale, relativa allo sviluppo di capacità e tecniche gestionali e alla leadership; tecnico-operativa di interesse per l'azienda, per l'acquisizione e l'aggiornamento di competenze specifiche, in

particolare digitali; sul modello di governance, relativa ad approfondimenti legislativi e disposizioni aziendali inerenti i diversi ambiti di business.

Il gradimento espresso dal partecipante all'esperienza formativa è stato molto elevato in quanto di fondamentale importanza per sostenere i processi di cambiamento, sviluppare la qualità dell'organizzazione, nonché la capacità di garantire un ambiente di lavoro ricco e stimolante.

2.4 Considerazioni riepilogative

Grazie alla sua natura eterogenea, dovuta alle diverse anime che la compongono e ad un aggiornamento tecnologico continuo, l'azienda riesce ad offrire servizi integrati e su misura in tutti i casi specifici.

Il percorso formativo, oggetto della presente indagine, è stato il seguito di tanti altri che ha avuto come fulcro del percorso le principali attività aziendali focalizzato per un unico partecipante utilizzando esclusivamente la modalità training on the job.

Rivolgendo l'attenzione alla ricerca di nuove soluzioni tecnologiche per essere sempre all'avanguardia, risulta assolutamente fondamentale avvalersi della professionalità di tecnici qualificati in grado di affrontare le numerose tematiche legate al settore.

La progettazione nello specifico, ha richiesto assoluta competenza, conoscenza tecnica e tanta scrupolosità. Qualità necessarie ed indispensabili nella realizzazione di nuove opere e nella manutenzione ordinaria e straordinaria delle stesse.

Come oggetto del percorso formativo si è deciso di approfondire seppur sinteticamente, (l'unica azione formativa del piano è stata articolata in 16 ore) sia, in generale, la pianificazione della capacità produttiva e la gestione della comunicazione all'interno del gruppo;

che alle principali attività aziendali si sono approfondite alcuni specifici dettagli di :

- Progettazione e dimensionamento di impianti tecnologici
- Progettazione reti mobili
- Progettazione sistemi di condizionamento
- Progettazione reti fisse
- Progettazione impianti elettrici civili e industriali

Entrando nel dettaglio della formazione, nelle diverse fasi di progettazione, da quella preliminare a quella definitiva ed esecutiva, la maggiore attenzione è stata rivolta all'attenta applicazione di tutte le normative tecniche obbligatorie e necessarie per una corretta realizzazione dell'opera.

La gestione del processo formativo ha coinvolto anche le parti sociali, con un approccio sempre positivo e in pieno spirito di collaborazione in cui si è condiviso la presentazione delle idee, la metodologia e con l'obiettivo di erogare i piani formativi a tutti i dipendenti.

3. IL PIANO FORMATIVO

3.1. L'analisi del fabbisogno, metodologie e risultati

Occuparsi della formazione del personale in azienda richiede un'attenta analisi dei bisogni e delle competenze necessarie, per comprendere quali sono già presenti in azienda e quali dovranno essere acquisite:

Le telecomunicazioni rappresentano il core business di **CO.M.I.T.EL.**

Il know-how, le esperienze tecniche e umane, derivanti dall'attività pluriennale di livello ben superiore alla media di mercato, hanno consolidato il rapporto con importanti partner internazionali nel settore delle telecomunicazioni.

Oggi, **CO.M.I.T.EL.** è leader per la progettazione, realizzazione e manutenzione di impianti di telecomunicazioni e di stazioni radio base per telefonia cellulare

L'azienda gestisce da qualche anno i mezzi mobili TIM denominati T-MAST per tutta l'area Centro/SUD Italia.

I mezzi vengono utilizzati dal principale operatore italiano per incrementare le prestazioni della rete mobile Tim nei principali luoghi turistici italiani nei periodi di maggiore traffico.

CO.M.I.T.EL. gestisce tutte le fasi installative e fornisce personale formato e qualificato in maniera specifica per ogni tipologia di T-MAST.

La convergenza nelle telecomunicazioni di rete fissa e rete mobile, l'aumento esponenziale dei flussi di dati e l'avvento in rapida accelerazione delle reti NGN per veicolare la banda ultralarga, hanno imposto al settore un cambio di passo nel deployment di un nuovo modello di reti in fibra ottica.

Dal modello tradizionale, che vede la posa di lunghe dorsali in topologia punto-punto, sempre di più il focus si sta spostando su reti GPON, con distribuzioni di tipo punto – multipunto, una forte capillarizzazione sul territorio e l'esigenza di sviluppare nuove skill progettuali, documentali ed esecutive.

Forte di un'esperienza pluridecennale nel settore delle TLC e di un continuo aggiornamento, negli ultimi anni **CO.M.I.T.EL.** ha saputo riportare la propria professionalità ed organizzazione nel mondo delle reti ottiche.

Alla luce di quanto appena elencato, è stato indispensabile pianificare correttamente gli interventi di formazione aziendale, basandosi sui fabbisogni specifici e permettendo di attivare percorsi di apprendimento funzionali, stimolanti, in grado di ottenere risultati.

E' stato utile verificare come i vantaggi della formazione aziendale non si siano esauriti con il raggiungimento degli obiettivi del singolo corso oggetto di indagine, ma hanno amplificato la loro portata a tutti i processi aziendali e gli effetti positivi sugli obiettivi di business.

Fulcro dell'intervista con il Responsabile della formazione è stata la dimostrazione che l'intero percorso ha sempre avuto a monte un'analisi delle esigenze, fondamentale affinché il percorso innescasse una serie di vantaggi a tutti i livelli, orientati al raggiungimento di un risultato specifico.

3.2. Il processo formativo dalla progettazione alla valutazione degli esiti

Quanto finora detto ha evidenziato come e quanto l'azienda abbia rivolto particolare attenzione alla ricerca di nuove soluzioni tecnologiche per essere sempre all'avanguardia.

Il primo passo si è delineato nel raccogliere tutte le informazioni utili ad ottenere un quadro preciso del fabbisogno di competenze all'interno dell'azienda. Questo è stato affrontato in una triplice ottica:

- capacità di raggiungimento degli obiettivi di business
- skills necessarie per ricoprire una determinata posizione
- sviluppo e interesse del singolo lavoratore destinatario della formazione

Quindi, la formazione in azienda organizzata e supervisionata dal Responsabile della formazione in stretta collaborazione con la direzione aziendale, ha previsto la stesura del piano strategico a partire dagli obiettivi aziendali e dalla valutazione delle competenze necessarie; ci si è poi indirizzati verso l'individuazione degli obiettivi prefissati attraverso i percorsi di formazione e sviluppo professionale, per poi strutturare il piano ad hoc.

Per garantire sempre e solo i migliori standard e le più avanzate tecnologie ai propri clienti, **CO.M.I.T.EL.** ha investito e investe ingenti risorse nella ricerca, nello sviluppo e nella formazione, con particolare attenzione alle innovazioni.

CO.M.I.T.EL. infatti oggi rappresenta l'avanguardia della ricerca del settore TLC grazie allo studio delle prestazioni della rete mobile tramite Drive Test. Questa particolare metodologia consiste nell'impiego di 2 veicoli che percorrono decine di centinaia di chilometri l'anno in tutte le regioni d'Italia.

I mezzi del Drive Test sono dei veri e propri laboratori mobili che testano costantemente le capacità e le prestazioni delle reti voce, dati e delle reti Volte, di tutti i principali operatori italiani.

I dati raccolti durante i percorsi vengono analizzati e studiati attraverso due software specifici che consentono un'analisi prestazionale altamente efficace e precisa della rete mobile testata:

- Nemo Outdoor Drive Test Solution
- Nemo Analyze Drive Test Post Processing

Gli operatori di TLC utilizzano i dati dei Drive Test per misurare le prestazioni operative della propria rete e per verificare eventuali malfunzionamenti della rete stessa. I dati raccolti aiutano le compagnie telefoniche a confrontare le capacità della rete, a stabilire priorità sugli investimenti e a risolvere i problemi di rete.

Al contempo, si è reso necessario tenere conto delle caratteristiche e delle necessità del dipendente destinatario della formazione.

Una volta attivati i percorsi di formazione, è stato indispensabile monitorare le performance in un'ottica di costante ottimizzazione.

Questo è stato fatto interpellando il dipendente coinvolto, ma anche verificando come e se abbia contribuito a portare vantaggi al business in termini di produttività, processi, innovazione.

Per valutare l'efficacia della formazione sono stati somministrati dei questionari al dipendente formato, che ha restituito un feedback sul corso seguito assolutamente positivo.

In secondo luogo, è stato possibile, sul lungo periodo, addirittura valutare l'efficacia del percorso formativo osservando i risultati relativi alle performance e alla motivazione del dipendente, in base agli obiettivi che ci si era posti.

La valutazione assolutamente positiva dell'efficacia della formazione ha peraltro rivelato le aree e gli strumenti necessari in cui è possibile continuare a migliorare.

Durante l'intervista è emerso più volte, la ferma volontà di voler proseguire questo percorso, evidenziando come Fondimpresa si sia rivelato un ottimo strumento per facilitare e incentivare l'approccio verso la formazione.

3.3 Considerazioni riepilogative

La formazione per l'Azienda è da sempre stata non una mera attività di routine, ma una parte integrante della cultura aziendale. Uno strumento per fornire ai dipendenti le conoscenze e gli strumenti di cui hanno bisogno per il raggiungimento degli obiettivi del proprio percorso professionale.

Nello specifico del piano oggetto dell'indagine, ha agito prevalentemente sulle competenze tecniche, sul “saper fare”, dunque sulle hard skills, sebbene l'azienda ha ben inteso che è fondamentale lavorare anche su competenze trasversali, sulla personalità dei dipendenti, sulla loro capacità di lavorare in squadra, di adattarsi ai cambiamenti, di affrontare i periodi più critici e molto altro ancora.

Affinché la formazione aziendale sia efficace è necessario adattarla agli specifici bisogni dei dipendenti. Infatti, oltre alle necessità legate allo sviluppo del business e ai bisogni dell'azienda, è anche importante considerare gli interessi e le ambizioni professionali dei singoli.

E' stato a tal fine molto utile condurre sondaggi per coinvolgere il più possibile le proprie risorse, portandole a scoprire cosa le motiva sul lavoro, quali aspetti desidererebbero approfondire e quali sono i loro traguardi per il futuro. Per tali motivi l'approccio verso la formazione è sempre stato innegabilmente positivo da parte dei dipendenti coinvolti nei molteplici piani formativi finora presentati.

4. L'IMPATTO DELLA FORMAZIONE

4.1 L'impatto della formazione

Per far sì che i dipendenti ne percepissero l'utilità, la formazione è stata sempre resa parte integrante di ogni cambiamento in azienda, sia nel caso della riorganizzazione di un processo che dell'introduzione di nuovi strumenti.

Promuovere la formazione ha inoltre significato attivare un dialogo con i dipendenti, in modo che il piano formativo rispondesse non soltanto alle esigenze aziendali, ma anche ai desideri del personale.

In questo modo i percorsi finora effettuati si sono dimostrati davvero efficaci in quanto la natura motivazionale della formazione effettuata è stata significativamente migliorata.

Nel caso specifico è stato un corso molto breve rivolto ad un unico partecipante, quindi circoscritto a un particolare bisogno di aggiornamento tecnico relativamente alle principali attività aziendali.

Il continuo mutare delle esigenze e della forza lavoro ha richiesto dunque la necessità di creare un piano di formazione dinamico, in grado di assecondare nuove e immediate esigenze come la necessità di sviluppare competenze diventate all'improvviso indispensabili.

In questo modo il dipendente ha messo immediatamente in pratica quanto imparato e il cambiamento ha avuto ottimo successo.

Il dover creare un piano formativo ad hoc per un unico partecipante è servito a far sentire subito coinvolto il dipendente e a trasmettergli la vicinanza dell'azienda.

4.2 Considerazioni riepilogative

Quando un'azienda investe nella formazione dei propri dipendenti, dimostra di considerarli risorse di valore. E quando i lavoratori si sentono valorizzati tendono ad apprezzare di più l'azienda e si sentono maggiormente coinvolti negli sviluppi del suo business.

Essi, infatti, tenderanno a non sentirsi "immobili" e destinati a svolgere sempre le stesse mansioni in un ambiente di lavoro statico, bensì percepiranno di lavorare in un ambiente più dinamico e ricco di stimoli. Questo contribuirà a "trattenerli" in azienda più a lungo.

Fornire una formazione trasversale, come nel caso oggetto dell'indagine, proponendo un quadro più ampio del business dell'azienda, dell'aspetto tecnico e dei meccanismi che la possono portare al successo.

Un'azienda che decide di seguire questo percorso avrà maggiori possibilità di veder crescere il proprio business.

5. CONCLUSIONI

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

Le attività di formazione e/o aggiornamento del personale sono determinanti per le aziende sotto molteplici punti di vista:

- In primo luogo è importante considerare l'attuale situazione del mercato del lavoro e la crescente competizione che interessa l'azienda. In un periodo di profonda trasformazione, infatti, i dipendenti devono sviluppare competenze che consentano loro di governare il cambiamento senza esserne travolti.
- La flessibilità e la capacità di adattarsi rapidamente a nuovi contesti sono ormai la formula vincente per ogni organizzazione. Da un lato, questo comporta la necessità di responsabilizzare i dipendenti e fornirgli gli strumenti e la consapevolezza necessari ad adattare il proprio ruolo all'interno dell'azienda.

Un altro aspetto di grande rilevanza è l'innovazione tecnologica.

I rapidi cambiamenti dettati dall'innovazione tendono a dequalificare i dipendenti, rendendo presto obsolete alcune prassi aziendali. Per questo è sempre più essenziale prevedere corsi di aggiornamento continuativi, in grado di colmare le carenze e scoprire nuovi strumenti o modalità di lavoro.

5.2 Le buone prassi formative aziendali

Da quanto finora relazionato è emerso chiaramente che per la **C.O.M.I.T.E.L. srl** la formazione è un investimento.

Il piano formativo oggetto dell'indagine, rivolto ad un solo dipendente, è stato scelto proprio al fine di evidenziare una delle best practice che merita di essere sottolineata: la valutazione di livello di competenza dei dipendenti che consente di fornire una "formazione personalizzata"

È stato possibile dunque adattare la formazione ai punti di forza e di debolezza del lavoratore ricevendo le competenze specifiche necessarie per raggiungere gli obiettivi dell'azienda.

Elementi caratterizzanti rilevati:

- la formazione ha intrapreso la giusta direzione in termini di esigenze di competenze e di obiettivi formativi;
- da sottolineare il massimo impegno dell'azienda rilevato nel creare un ambiente di apprendimento coinvolgente che ha risposto alle esigenze specifiche del lavoratore destinatario della formazione,
- è stato ampiamente sfruttato il feedback dal quale è emerso una valutazione globale al fine di migliorare sempre e comunque il programma di formazione futuro che l'azienda intende intraprendere;
- è stata quindi misurata l'efficacia della formazione e sono state identificate le aree che risultano inefficaci.

5.3 Conclusioni

L'ottima valutazione dell'efficacia della formazione ha un doppio vantaggio:

- il valore dell'offerta formativa individuata dall'azienda
- le aree in cui si può ulteriormente migliorare.

Una formazione dunque assolutamente efficace perché ha favorito il miglioramento delle prestazioni del dipendente, aumentandone la soddisfazione e incrementando la fidelizzazione.

Efficace perché misurando l'effetto della formazione dal livello di apprendimento e tramite le interviste rivolte sia al responsabile della formazione che al lavoratore coinvolto, si è visto che quest'ultimo è stato in grado di trasferire le nuove conoscenze. Tutto ciò ha innegabilmente dimostrato come il livello di motivazione è aumentato di pari passo al livello produttività.