

LA GRANDE SFIDA DELLA FORMAZIONE



PER AFFRONTARE LA DIGITALIZZAZIONE SERVONO COMPETENZE SPECIFICHE, SPESSO DIFFICILI DA REPERIRE SUL MERCATO. QUALI SONO LE “COLPE” DEL SISTEMA FORMATIVO E COME SI STANNO ORGANIZZANDO LE AZIENDE ITALIANE?

MASSIMILIANO CASSINELLI



namento tecnico sulle feature delle nuove release di prodotto, oltre naturalmente a dei corsi su misura a richiesta dei clienti stessi. In aggiunta, organizziamo un corso di specializzazione chiamato University della durata di tre giorni. Oltre alla formazione diretta, abbiamo infine investito in strumenti on-line e tutorial suddivisi per argomenti, per garantire ai nostri clienti la più corretta informazione».

Una modalità evidenziata anche da Begnini di Progea. «Progea offre una gamma completa di seminari e corsi di formazione sui propri prodotti software Scada/Hmi. I webinar, mensili e gratuiti, consentono di fornire ai partecipanti, siano essi già clienti o meno, la formazione e la conoscenza delle soluzioni software Progea direttamente e comodamente dal loro ufficio. Questi corsi vengono sempre svolti applicando esempi concreti, chiari e diretti per rendere i partecipanti in grado di acquisire competenza sui nostri prodotti e diventare subito operativi.

Progea propone inoltre dei training on the job in affiancamento al cliente, dove vengo-

Lucia Vittorangeli, responsabile della Academy Bugnion



no trattati gli argomenti di interesse, aiutando e guidando il cliente a creare il proprio progetto e fornendo tutti i chiarimenti necessari per portare a termine il lavoro in modo rapido e senza inconvenienti».

«L'asset principale di Comau», spiega Zollo, «è costituito dalle sue persone e dalle loro competenze. La Comau Academy, la "Fabbrica" dell'apprendimento, è oggi a livello internazionale per lo sviluppo di importanti competenze in ambito industriale. È il luogo in cui Comau concentra la sua offerta formativa grazie a programmi di formazione rivolti ad aziende, professionisti e giovani talenti, sviluppati in collaborazione con le più prestigiose università internazionali. Inoltre sono previsti corsi rivolti a studenti delle scuole primarie e secondarie di secondo grado».

Un investimento significativo è anche quello illustrato da Grazia di Mitsubishi Electric. «Da alcuni anni abbiamo dato il via al "Programma Academy" che comprende corsi di formazione a calendario suddivisi per famiglie di prodotto (plc compatti, plc modulari e Hmi, motion, inverter, robot), aperti a clienti effettivi e potenziali, oltre che ai costruttori di macchine che necessitano di soluzioni di automazione complete. I corsi hanno durata di uno o più giorni e si svolgono nelle nostre tre sedi di Torino, Padova e Agrate Brianza, dove abbiamo a disposizione una Training Room con diverse Demo, che ci permettono di mostrare ai clienti la performance delle soluzioni offerte. Effettuiamo inoltre corsi personalizzati ad hoc, su richiesta. I nostri corsi sono rivolti anche ai neoassunti che approcciano per la prima volta il mondo dell'automazione e che necessitano di una formazione specifica sui prodotti Mitsubishi Electric».

Soragna di Parker Hannifin evidenzia un altro aspetto importante della formazione: «Organizziamo per i nostri clienti corsi specifici in merito alle diverse tecnologie



Mattia De Rosa, direttore della divisione Cloud & Enterprise di Microsoft Italia

di cui disponiamo: oleodinamica, pneumatica, elettromeccanica, manutenzione ecc. Per il personale interno, oltre a corsi tecnici su prodotti e tool che utilizziamo, curiamo molto il miglioramento di competenze complementari e dei cosiddetti soft skill, quindi si è spesso coinvolti in corsi di team working, di comunicazione, effective presentation, problem solving, leadership. Per i neolaureati abbiamo un programma specifico "graduate" che prevede un piano formativo di due anni, specifico per il ruolo per il quale si è assunti, all'interno del quale è prevista la permanenza in differenti location Parker, con almeno un paio di esperienze all'estero, dove il candidato può lavorare e acquisire competenze on the job, in un contesto assolutamente internazionale».

Non poteva ovviamente mancare la proposta di Vittorangeli di Bugnion: «Dal 1999 Bugnion pone grande attenzione alla formazione, prima con il Centro Formazione Bugnion e oggi con l'Academy, che realizza una struttura permanente con sede orga-

nizzata a Milano, che si basa sull'esperienza dei professionisti della società e di professionisti esterni selezionati. L'Academy Bugnion si dedica alla formazione e all'aggiornamento interno per mantenere elevati standard qualitativi in un settore complesso e multidisciplinare come quello della proprietà intellettuale. Inoltre, l'Academy Bugnion organizza seminari divulgativi e giornate di formazione per aziende, istituti, università e associazioni esterne per supplire ad un'altra mancanza delle università tecniche italiane: l'assenza di una cultura brevettuale».

UNO SPAZIO PER I PARTNER

Considerando l'impossibilità, per molte aziende, di avere personale interno dotato di competenze verticali, un ruolo importante è quello dei fornitori esterni, che operano spesso in partnership con i vendor. Da qui l'importanza di investire sui programmi di formazione e certificazione dei partner.

Paola Visentin, Trade Marketing Manager in Rfid Global, sottolinea come «educational si concretizzi in un piano di attività di cultura ed evangelizzazione sull'Rfid, che mescola pratica e prende vita in format diversi, in primis nelle relazioni con gli operatori di canale, ai quali travasiamo la conoscenza sull'Rfid in vari modi, a partire dai seminari free di mezza giornata, appuntamenti trimestrali per una formazione basic. A questo si aggiunge l'Rfid Testing Center, ovvero la culla tecnologica della Ricerca & Sviluppo in casa Rfid Global, lo staff di tecnici è a disposizione per approfondimenti pratici, mentre negli incontri one-to-one nel pomeriggio con il team commerciale vengono approfondite le tematiche delineate al seminario, con brevi analisi di potenziali progetti Rfid. La formazione advanced è invece affidata ai corsi on demand, per trasferire al rivenditore la conoscenza sulla tecnologia



Paola Visentin, Trade Marketing Manager in Rfid Global

Rfid necessaria alla sua implementazione. Interpretata in modo estensivo, la formazione però esce anche fuori dall'azienda e, attraverso il team tecnico e commerciale, scende in campo on site, affiancando il Channel Partner nello studio di fattibilità sulla migliore configurazione dell'architettura Rfid. Test, prove, simulazioni e collaudi sono la versione più viva ed esperienziale per concretizzare quanto appreso in aula».

Una formazione che, spesso, prevede differenti livelli, come spiega Pirovano di Palo Alto Networks. «Il nostro programma di canale prevede quattro livelli di certificazioni, dalla Silver alla Diamond e sono previsti percorsi formativi presales e post sales fino ai più alti livelli di Presales Professional e Certified Professional Service. A questo si stanno aggiungendo le specializzazioni per i partner in ambito Advanced Endpoint Protection (Traps), Datacenter e Public Cloud. Inoltre, siamo in grado di fornire, tramite partner o direttamente, servizi di consulenza per misurare la po-



Karola Zollo, Sales Specialist di Comau

stura di sicurezza dei nostri clienti e prospect, facendo leva sulla professionalità dei nostri ingegneri e utilizzando tool automatici creati appositamente per questo scopo».

Anche Microsoft crede fortemente nell'importanza della formazione, ma come dice De Rosa di Microsoft Italia, «essa deve essere affiancata dall'offerta di strumenti a supporto del business. Abbiamo infatti recentemente annunciato l'investimento di 40 milioni di euro a supporto della formazione e della crescita della filiera Ict italiana e la nascita di una nuova piattaforma a sostegno dei partner: Cloud Enablement Desk, una sorta di concierge intelligente in cui i partner possono trovare informazioni utili e guideline per eccellere nel business. Si tratta di un percorso di sei mesi affiancati da uno specialista alla scoperta di modelli e standard da raggiungere, durante il quale vengono offerti piani di formazione personalizzati e supporto marketing per accompagnare gli operatori della filiera Ict nel proprio percorso di crescita».