

Uno studio per l'offerta formativa personalizzata di Alpha Format

Novembre 2023

1. Premessa

1.1. Il quadro generale

L'analisi dei bisogni formativi, si configura come "prima attività" finalizzata all'acquisizione di dati e informazioni utili e attendibili per proseguire nella progettazione delle esperienze formative (definizione degli obiettivi generali e specifici, individuazione dei destinatari specifici, strutturazione dei contenuti, scelta dei metodi didattici) e di seguito nella realizzazione dell'intervento formativo stesso.

Appare necessario chiarire il concetto di "bisogno formativo" che è prevalentemente definito come gap, ovvero come distanza tra competenze che il soggetto possiede e competenze necessarie per assolvere in modo efficace ed efficiente le attività all'interno di specifici processi lavorativi.

I bisogni formativi che andiamo ad indagare su un parco clienti di cui fanno parte aziende, studi professionali e consulenti, sono bisogni espliciti, legati a stringenti esigenze lavorative e specifici, ovvero legati ad una particolare realtà aziendale e settoriale.

Trattandosi essenzialmente di problematiche formative relative all'utilizzo di software, nascono molto velocemente e altrettanto velocemente è necessario censirli ed elaborare una soluzione.

Quindi la squadra Alpha Format è costantemente impegnata in una ricognizione puntuale dei fabbisogni formativi, che non si limita alla semplice somministrazione del questionario, ma si realizza nel contatto quotidiano che i tecnici hanno con i clienti, con il loro personale dipendente ed i loro collaboratori, che sono poi gli attori principali delle dinamiche formative.

Al fine di evidenziare in maniera sempre più capillare e attenta i fabbisogni formativi specifici delle aziende abbiamo preso a riferimento alcune indagini svolte nell'ambito di tre Piani formativi progettati a valere dell'avviso 2/2022 di Formazienda, progettati nel corso del 2022 / 2023, che hanno coinvolto in tutto circa 30 aziende, tra studi professionali ed imprese.

1.2. L'indagine sui fabbisogni formativi – intervista telefonica

Nel corso del mese di febbraio 2023 è stata svolta un'indagine sui fabbisogni formativi, a livello settoriale, intervistando il parco clienti, rappresentativi di varie tipologie di realtà imprenditoriali sul territorio regionale. (aziende – studi)

L'indagine ha avuto come fulcro la determinazione e l'analisi dei fabbisogni formativi ed in particolare ha voluto comprendere come la formazione possa rappresentare un fattore di successo e quali sono le percezioni da parte degli imprenditori stessi sull'offerta formativa.

Quindi l'indagine si è svolta essenzialmente in queste fasi: somministrazione dei questionari per via telefonica, ed elaborazione statistica dei dati, analisi dei risultati.

La somministrazione è avvenuta per via telefonica

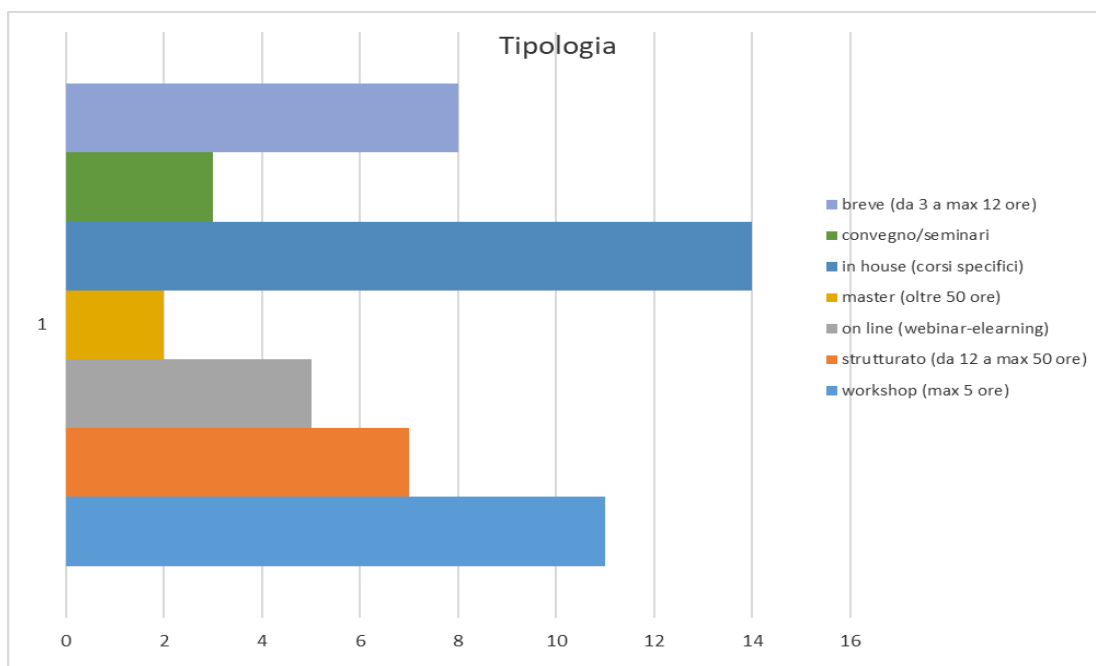
Il campione è stato scelto utilizzando un criterio casuale, sono stati scelti 30 studi e 20 aziende, perché nel complesso del parco clienti gli studi rappresentano un numero maggiore sul totale e quindi affinché il dato ottenuto fosse rappresentativo del campione si è scelto il 60% di studi ed il 40% di aziende, direttamente dalle anagrafiche aziendali.

1.2.1. Analisi dei questionari

Sono stati somministrati i questionari telefonicamente e ne sono stati elaborati 50, in allegato il format utilizzato

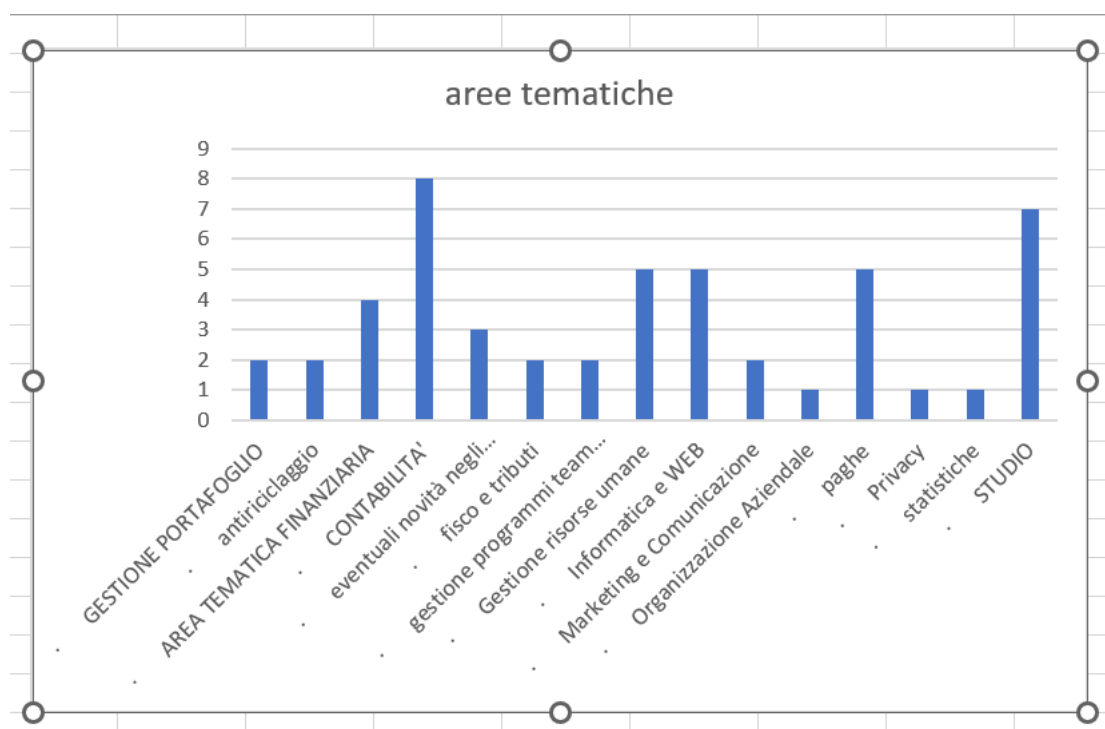
1.2.2. Tipologia corso

La prima area di indagine specifica sul fabbisogno formativo ha indagato la tipologia di offerta preferita tra: breve (fino a 12 ore), strutturata (fino a 50 ore), master (oltre 50 ore), workshop tematici (6-8 ore), seminari/convegni, on line, in house



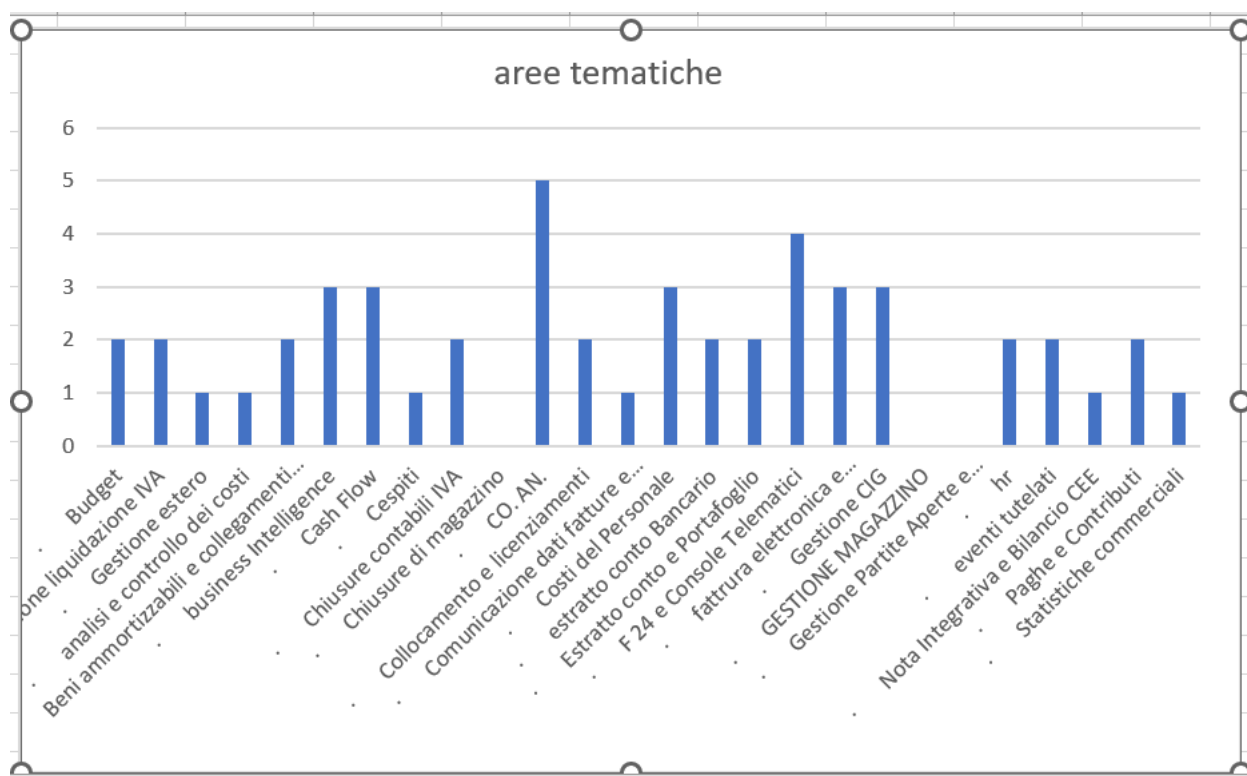
1.2.3. Aree tematiche

Successivamente abbiamo cercato di capire quale area tematica



1.2.4. Aree gestionale

E a seguire l'indagine sulle tematiche legate ai principali gestionali



1.3. L'indagine sui fabbisogni formativi – Piani formativi Formazienda 2022/2023

I progetti Re.Mind, Mind e Digital Run (coinvolgono circa 30 imprese, prevedono oltre 600 ore di formazione per circa 120 lavoratori) nella fase iniziale di progettazione, hanno previsto un'attività di analisi finalizzata a comprendere i fabbisogni formativi delle imprese del nostro territorio in una prospettiva, principale ma non esclusiva, di sviluppo delle attività di digitalizzazione ed informatizzazione dei processi aziendali. Nell'ottica di pianificare interventi formativi che siano efficaci e strategici dal punto di vista professionale, è stata messa a punto una specifica metodologia di analisi dei fabbisogni formativi e professionali, il cui obiettivo era quello di individuare, attraverso il contributo di esperti e il coinvolgimento delle aziende del territorio individuato ed in particolare quelle dedicate all'erogazione di servizi, servizi di consulenza e commercializzazione di beni, le esigenze di formazione provenienti dalle aziende e le macro-competenze necessarie al personale per rispondere adeguatamente alle richieste del mercato del lavoro, anche in termini di innovazione. Da tradurre successivamente in piani didattici personalizzati e dettagliati, progettati per conoscenze e competenze, tenendo presenti le finalità declinate ed il contesto generale, gli obiettivi definiti nel piano nazionale di ripresa e resilienza (PNRR), delle esigenze definite dal contesto economico e storico in cui si andranno a realizzare. Al termine della nostra analisi, è stato possibile sintetizzare gli elementi principali emersi dall'attività di ricerca per focalizzare l'attenzione su alcuni punti di riflessione particolarmente significativi e strettamente connessi allo scenario di riferimento. Il primo elemento da evidenziare riguarda **la centralità che il tema della digitalizzazione ha nella visione strategica delle aziende prese in esame**. Dall'analisi desk condotta sulla base di dati secondari e dalle nostre rilevazioni, è emerso chiaramente come esista una percezione, ampiamente diffusa nel mondo imprenditoriale, della **assoluta necessità di aprirsi verso nuove forme digitali di gestione dei propri prodotti, servizi e processi gestionali**. Osservando il fenomeno da una prospettiva di breve periodo, si è verificato quanto queste tendenze siano presenti in modo ancora più forte, rispetto al passato. Vorremmo sottolineare come l'esigenza di digitalizzazione non sia dunque un parametro di sviluppo imposto dall'alto, secondo un approccio bottom down, calato dall'alto del livello istituzionale, ma come sia piuttosto un valore bottom up fortemente condiviso dalle imprese anche micro e piccole quali quelle che caratterizzano il nostro territorio. Nello sviluppo dei diversi livelli di analisi che abbiamo proposto in questa fase, è emerso un filo conduttore, un leitmotiv che si può ritrovare nell'analisi di contesto, nella rilevazione quantitativa e, non ultimo, negli approfondimenti di tipo qualitativo. **Questo elemento è rappresentato dalla consapevolezza che il possesso di competenze specifiche sia la chiave di volta per vincere le sfide dell'innovazione digitale e la competitività aziendale. Essere**

“presenti” nel digitale, come abbiamo avuto modo di vedere, è ormai una priorità imprescindibile, ma non basta avere a disposizione strumenti tecnici di ultima generazione se questi non sono supportati da competenze e conoscenze adeguate. In quest'ottica, l'analisi condotta ha permesso di identificare in maniera precisa quali sono le principali necessità in termini di aggiornamento formativo e professionale manifestate dalle imprese: si tratta di fabbisogni che afferiscono alle aree di competenza della digitalizzazione dei processi gestionali delle imprese e degli studi commerciali. Esiste un set di competenze digitali che ancora risulta carente soprattutto tra le piccole e micro imprese e che, in molti casi, rappresenta un freno allo sviluppo ed all'espansione. E non solo, le aziende, quelle di piccole dimensioni, hanno bisogno di soluzioni smart, che non appesantiscano i loro budget con i costi e con l'obsolescenza di infrastrutture tecnologiche, ma scelgono soluzioni cloud e scalabili che crescano con loro ed è qui che la formazione diviene strategica più che mai. Essere dentro il digitale o essere fuori significherà per molte imprese sopravvivere o morire e per molti lavoratori essere dentro o fuori dal mercato del lavoro.

Concludendo, uno dei risultati del lavoro di ricerca è stato proprio quello di avere identificato due principali aree tematiche e di competenza: • Digitalizzazione delle aziende • Digitalizzazione degli studi da questi risultati ne deriva l'elaborazione di piani formativi articolati, progettati per conoscenze e competenze, con un idoneo sistema di monitoraggio e controllo, con un efficace sistema di attestazione degli apprendimenti e diffusione dei risultati.

2. Conclusioni

Analizzare i fabbisogni formativi dei clienti per Alpha Format e delle imprese coinvolte nella progettazione e strutturazione di piani formativi per la formazione continua appare fondamentale per i fattori espressi in premessa e per pianificare ed elaborare scelte strategiche future che siano maggiormente attinenti alle esigenze dei clienti e dei lavoratori stessi. Inoltre permette, approfondendo la conoscenza del mercato del lavoro e dei settori di riferimento, di avere un quadro preciso e completo delle professionalità maggiormente richieste, per ciò che riguarda l'offerta formativa rivolta a coloro che desiderano ricollocarsi o riqualificarsi.

- Permette di verificare bandi ed avvisi pubblici su fondi interprofessionali futuri, in maniera mirata.
- Consente di effettuare campagne commerciali a seguito della selezione di bandi ed avvisi maggiormente efficaci.
- Porta a conoscere i fabbisogni e le preferenze in termini di formazione dei clienti e dei lavoratori, ci aiuta a pensare ad un'offerta formativa sempre più personalizzata e aderente alle esigenze.
- Permette di conoscere che cosa il mercato di riferimento ritiene come prioritario, in termini di conoscenze e competenze
- Ci aiuta a pensare di proporre attività formative a catalogo, che abbiano un riscontro in termini di occupabilità, intesa come miglioramento dello status di lavoratore, innalzamento dei livelli di professionalità e competitività aziendale e migliore collocazione nel mercato del lavoro
- Ci consente di avere netto e chiaro quello che il mercato del lavoro ha come esigenza di professionalità per l'inserimento lavorativo degli utenti che si rivolgono al ALPHA FORMAT per riqualificare o migliorare il loro status professionale e ricollocarsi nel mercato del lavoro.