



Moda, pharma, logistica e retail: qui competenze al centro per la crescita

Osservatorio Tack TMI. Con le transizioni in atto, aziende più consapevoli che sviluppo e allineamento delle skills sono strategici per essere competitivi

Cristina Casadei

«**A**pprendimento e sviluppo di business sono due lati della stessa medaglia per la competitività e la crescita. Rimandare o tagliare oggi gli investimenti in formazione potrebbe significare affrontare un capitolo di spesa extra poco dopo». A dirlo è **Irene Vecchione**, ad della branch italiana di **Tack TMI**, società che si occupa di Learning & Development e fa parte di **Gi Group Holding**, la multinazionale italiana del lavoro guidata da Stefano Colli Lanzi che ha un fatturato di 3,3 miliardi di euro e un organico di oltre 6mila persone nel mondo, 6 brand globali e 7 società in Italia. Se a livello di holding, negli ultimi cinque anni (2017-2021), l'aumento dei ricavi è stato del 65% (+1,3 miliardi di euro), **Tack TMI**, come ci dice Vecchione, «è tra le società in maggiore sviluppo. Nel 2021 è infatti cresciuta dell'80%, in un mercato che cresce intorno al 15% - continua la manager -. Nel 2022 ci sarà un effetto di continuità rispetto al 2021, in termini di svilup-

po delle attività di formazione, intesa come percorsi di apprendimento non solo per accrescere le competenze digitali, ma anche le skill personali, di leadership e di change&innovation, oltre a quelle tecni-

co-professionali. Non ultimo, in questa fase in cui anche il nostro paese sta affrontando il tema della great resignation c'è una maggiore sensibilità sul tema del benessere e dell'ingaggio dei dipendenti, che si concretizza in azioni che favoriscono il benessere delle persone e che possono avere un impatto sulla produttività, portando le persone ad avere fiducia verso la propria azienda, gestire meglio lo stress, aumentare la concentrazione e la capacità di problem solving, ridurre l'assenteismo e migliorare il teamworking». Quattro i driver a cui si legano gli interventi e cioè sostenibilità, benessere, talent attraction

e retention, gestione di diversity, equity e inclusion.

Tack TMI è presente in 55 paesi e ha un network di oltre 800 consulenti e formatori. Dall'Osservatorio italiano emerge chiaramente che in futuro la formazione sarà blended, in parte in presenza, in parte da remoto, sia in modalità sincrona che asincrona. Per la prima metà dell'anno sono emersi una serie di trend specifici in diversi ambiti. Nel Lifescience, dove la digital transformation è più avanzata e impattante tra processi produttivi, big data analysis, temi normativi, di sicurezza, accesso e gestione multistakeholder si lavora su competenze agile per favorire efficacia ed efficienza dei processi e skill di





accounting e relazione, dalla vendita assistita alla vendita consulenziale basate sulla costruzione di un patient experience mindset per i ruoli di Patient e Market Access. La logistica che è stato uno dei settori che hanno conosciuto la maggiore espansione negli ultimi due anni sta potenziando le competenze digitali e l'ottimizzazione dei processi per passare da una gestione padronale ad un approccio manageriale come change mindset e gestione dei team di lavoro.

Nel Fashion&Luxury la trasformazione sull'omnicanalità per i ruoli retail ossia store manager, store assistant, area manager, sta portando allo sviluppo di una cultura di vendita e servizio che passa attraverso la capacità di personalizzare la relazione con il cliente, sia fisico che virtuale, anche tramite l'utilizzo di sistemi di raccolta e lettura dati.

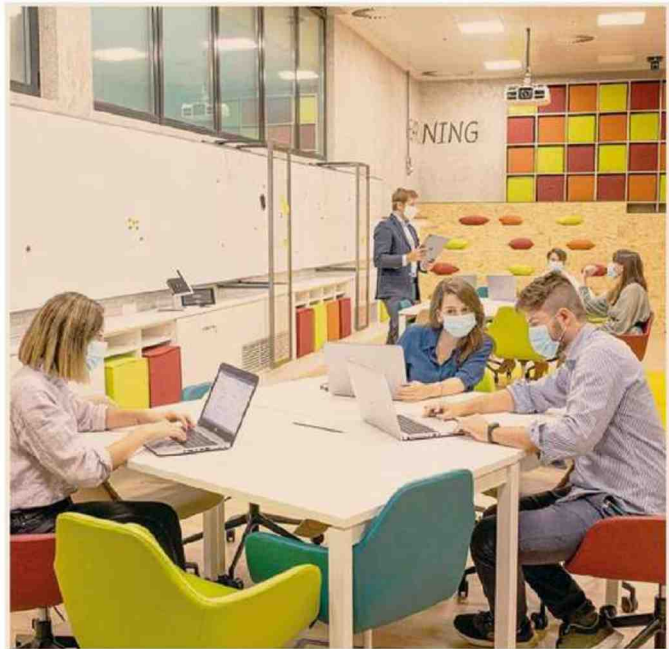
Nel retail gdo food e non food, al netto della tendenza generale all'adozione di un approccio organizzativo cliente-centrico, uno degli obiettivi più sentiti è innalzare la qualità del servizio promuovendo una cultura condivisa della client experience, dall'operatore punto vendita agli specialisti di reparto agli store manager, insieme all'adozione di strumenti di monitoraggio del cliente e del customer journey per esperire valore nei diversi touchpoint. Infine nel fintech ci sono programmi di investimento sempre più su misura per i clienti, con molta attenzione su management e innovation skill per i responsabili di strutture centrali, veri "snodi di trasmissione" del cambiamento che devono garantire anche benessere e produttività dei lavoratori. Pur essendoci differenze tra Pmi e grandi aziende «di sicuro - afferma Vecchione - c'è una diffusa consapevolezza della centralità della formazione per la competitività e l'attrattività delle imprese che, oggi, si gioca anche sul campo della velocità e dell'agilità di apprendi-

mento». Non è un caso che stiamo assistendo a un forte sviluppo anche delle academy aziendali, vere e proprie scuole di impresa che vengono implementate sia attraverso risorse interne che in collaborazione con università, business school, società di formazione e consulenza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IRENE VECCHIONE
 È amministratore delegato di Tack TMI Italy (Gi Group Holding)



Modalità mista. La formazione sarà sempre più blended e alternerà momenti in presenza a momenti da remoto, sia in modalità sincrona che asincrona

