

---

# LE TECNOLOGIE E I NUOVI STRUMENTI PER LA FORMAZIONE E LA CRESCITA INDIVIDUALE



2011 - Fabio Rossi – Le tecnologie e i nuovi strumenti per la formazione e la crescita individuale



---

Supponiamo di essere i responsabili della formazione di un'azienda  
Supponiamo di voler migliorare la capacità dei collaboratori di risolvere i problemi ed essere innovatori

Le azioni formative che ci vengono in mente sono:

- 1) Un bel corso d'aula (magari finanziato) sul tema dell'innovazione e del problem solving da fare in sede o fuori
- 2) Una sessione di Coaching/counseling

... oppure una delle varianti tra le due soluzioni

Voglio farvi vedere una cosa..



---

Marchiori

Velasco

Agosti

2011 - Fabio Rossi – Le tecnologie e i nuovi strumenti per la formazione e la crescita individuale



software e servizi per le risorse umane



---

Quanto sono costati questi filmati?

Quanto valgono?

Vediamo un altro [filmato](#)



---

Potremmo andare avanti per ore.

Questo materiale apparentemente è solo tecnologia, non aggiunge niente di nuovo...



# Rivoluzione industriale

---

Per rivoluzione industriale si intende un processo di evoluzione economica che da un sistema agricolo-artigianale-commerciale porta ad un sistema industriale moderno caratterizzato dall'uso generalizzato di macchine

La rivoluzione industriale comporta una **profonda ed irreversibile trasformazione che parte dal sistema produttivo fino a coinvolgere il sistema economico nel suo insieme e l'intero sistema sociale.**

La rivoluzione industriale ha coperto un arco temporale che va dalla fine del '700 alla seconda metà dell''800



# Rivoluzione digitale

---

Con rivoluzione digitale si intende la propagazione che hanno avuto i prodotti digitali e tutta quella serie di cambiamenti sociali, economici e politici avvenuti in merito all'avvento della digitalizzazione di gran parte degli accessi all'informazione.

La rivoluzione digitale può essere fatta risalire ai primi anni ottanta del secolo scorso.

La definizione è estremamente insoddisfacente.

Attualmente la portata della rivoluzione digitale non è ancora valutabile.

La differenza è che “ci siamo dentro” ed è spesso difficile cogliere la portata di questo cambiamento.



# Rivoluzione digitale

---

L'impatto delle tecnologie digitali sull'informazione è destinato a modificare permanentemente il modo con cui percepiremo le risorse della conoscenza.

Non si tratta solo di un cambiamento tecnologico ma di uno stravolgimento sociale.

Le interconnessioni create dalla rete ci permettono di superare il modello tradizionale di mercato basato sul consumo per progredire verso un mercato basato sulla reciprocità

Questo fenomeno è stato chiamato “consumo collaborativo”



# Consumo collaborativo

---



Rachel Bostsman ha analizzato per anni questo fenomeno traendo alcune interessanti conclusioni:

“Ora sappiamo razionalmente che un'economia basata sull'iper-consumismo è uno schema di Ponzi: una truffa, un castello di carte”

“Sta succedendo che internet sta cancellando gli intermediari e così chiunque, da chi disegna T-shirt a chi fa a maglia può guadagnarsi da vivere vendendo peer-to-peer”



# Consumo collaborativo

---



Ci sono 4 fattori chiave:

**Uno:** una ritrovata fiducia nell'importanza della comunità e una ridefinizione dei concetti di amico e di vicino di casa.

**Due:** una rete sociale fatta di torrent, connessioni peer-to-peer e tecnologie real-time che stanno cambiando radicalmente il nostro modo di agire.

**Tre:** la pressione di problemi ambientali irrisolti.

**Quattro:** una recessione globale che ha completamente stravolto i comportamenti dei consumatori

“Questi 4 fattori si stanno aggregando e stanno portando al grande cambiamento dal 20esimo secolo dominato dall'iperconsumismo al 21esimo secolo caratterizzato dal consumo collaborativo”



# Consumo collaborativo

---



“Quello che possediamo si dematerializza **in una nuvola** che trasforma la linea del possesso in una linea sempre più sfuocata”

“Nel vecchio modello di consumo la nostra reputazione non contava poi molto perché la nostra storia di buoni pagatori era molto più importante di qualsiasi tipo di recensione peer-to-peer. Ma ora, con il web, lasciamo una traccia”

“Credetemi ci manca poco per fare una ricerca tipo quelle di Google e vedere una immagine che definisce il valore della nostra reputazione.

E questo valore determinerà il nostro accesso al consumo collaborativo. È una nuova moneta sociale, per così dire che può diventare importante come la nostra solvibilità”



# Consumo collaborativo



## 20TH CENTURY

CREDIT

+

ADVERTISING

+

INDIVIDUAL  
OWNERSHIP

=

**HYPER  
CONSUMPTION**

## 21ST CENTURY

REPUTATION

+

COMMUNITY

+

SHARED  
ACCESS

=

**COLLABORATIVE  
CONSUMPTION**



# I modelli collaborativi

---

I modelli collaborativi hanno la caratteristica di moltiplicare le energie.

Se io ho un libro, il potenziale di quel libro è solo di chi lo possiede. Al massimo lo posso prestare ad un amico.

Ma se il libro viene condiviso su internet, posso aggiungerlo ai libri di altri e quindi virtualmente possiedo due libri.

Posso aggregare più persone che hanno i miei stessi interessi.

Posso fare domande, chiarire un dubbio o imparare cose nuove.



---

Un mese fa ho postato una domanda sul forum di AIDP all'interno di LinkedIn:  
In meno di 10 giorni ho ricevuto 17 suggerimenti (beh, non tutti di grande livello...) tuttavia, almeno un paio di questi sono stati illuminanti.  
Con i suggerimenti ho fatto qualche ricerca in rete e... ho trovato il materiale che cercavo!





Daniel H Pink ha raccolto numerosi studi della scienza comportamentale e li ha applicati al mondo del lavoro.

In particolare ha fatto un'analisi dei meccanismi che scatenano la motivazione nelle persone in un contesto di lavoro complesso.

[Motivazione e collaborazione](#)



# Principi guida della motivazione

---

**Autonomia**, l'esigenza di dirigere la nostra vita.

**Padronanza**, il desiderio di migliorarci costantemente in qualcosa che conta.

**Scopo**, la pulsione a perseguire ciò che facciamo per servire qualcosa di più grande rispetto a noi



---

Questi principi devono essere applicati anche  
alla formazione



# FORMAZIONE COLLABORATIVA

---

La formazione collaborativa è un processo attraverso il quale le conoscenze di tutti i componenti del gruppo vengono potenziate ed arricchite.

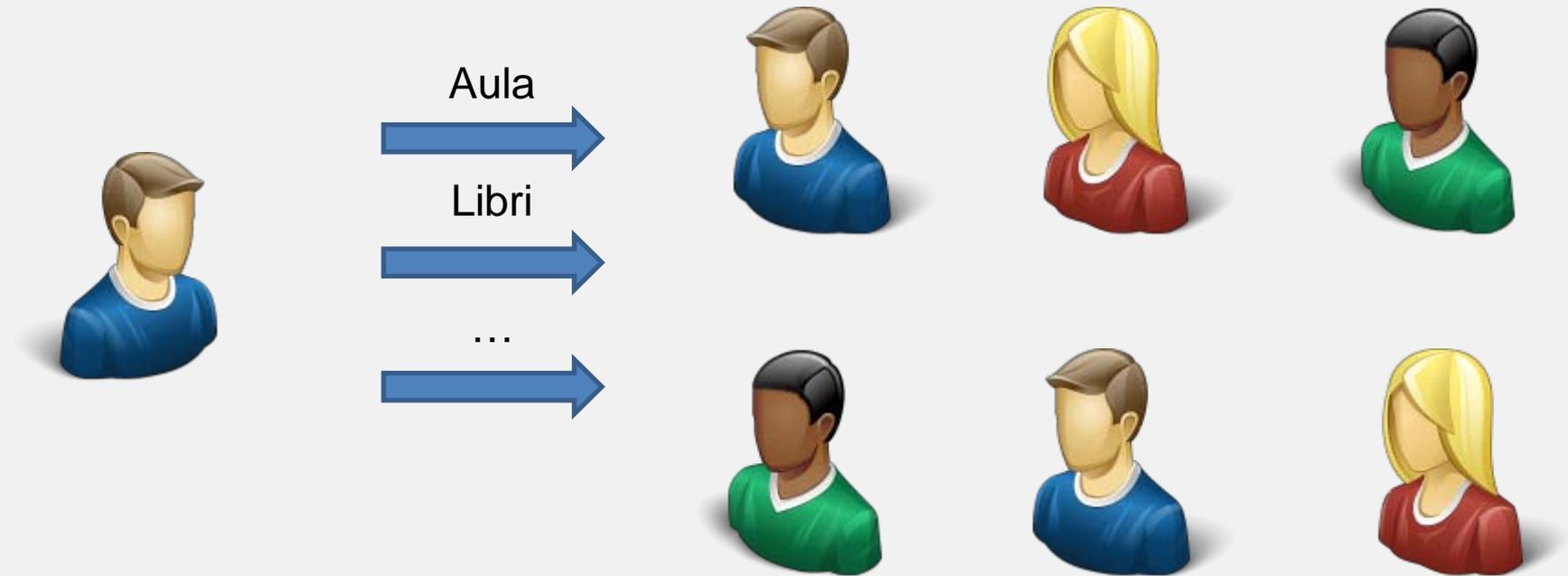
Il processo si basa sulla condivisione reciproca delle conoscenze all'interno di una cornice di lavoro che ne facilita lo scambio e ne garantisce la persistenza nel tempo.

Le modalità con cui avviene lo scambio favoriscono la crescita delle conoscenze e delle competenze molto più in fretta dei percorsi formativi non collaborativi

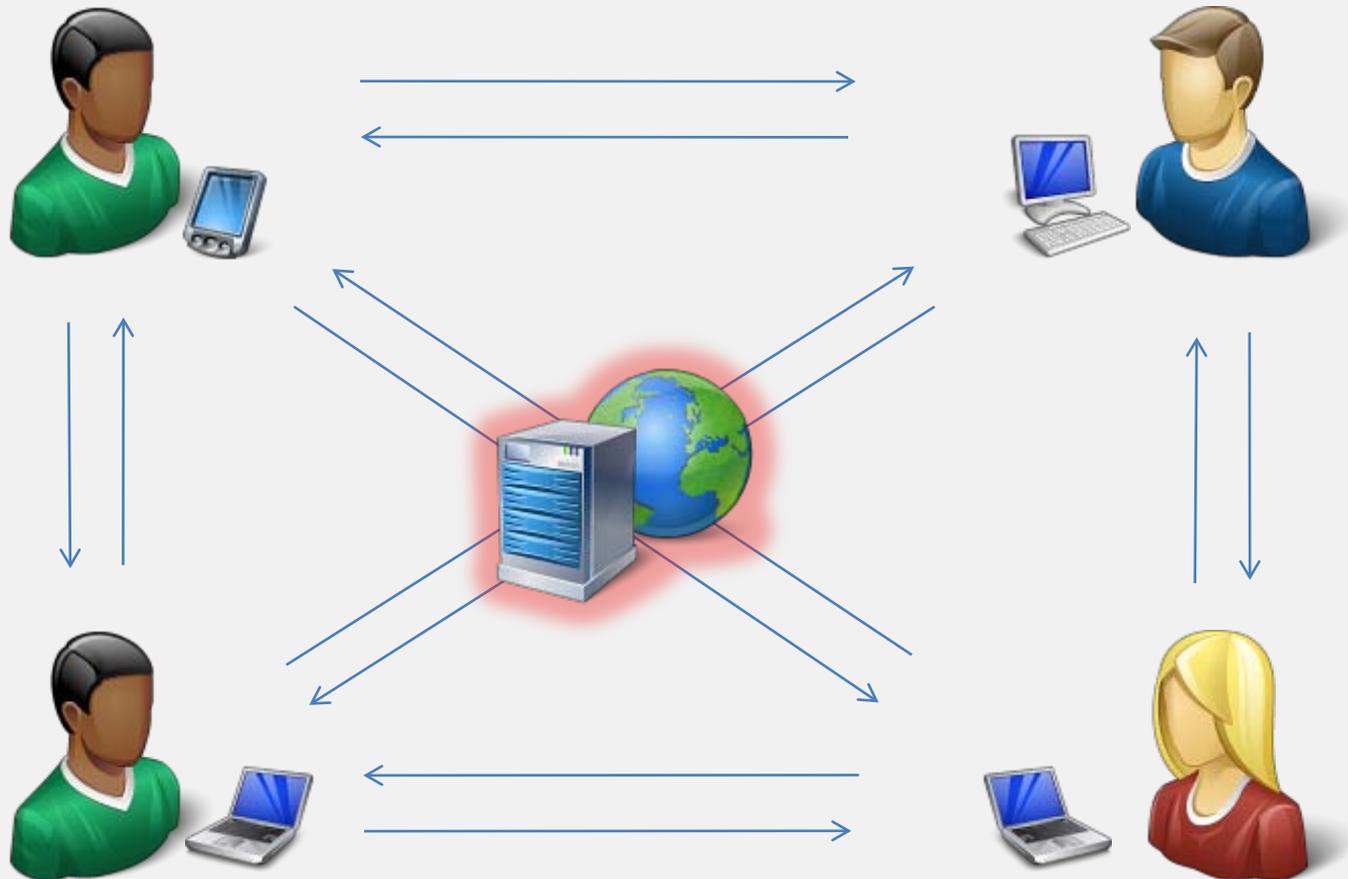


# Modello formativo tradizionale

---



# Formazione collaborativa



---

Per applicare questi principi alla formazione  
collaborativa

devo raccontare cosa ho imparato



---

# Le basi tecnologiche del web collaborativo





L'uomo che vedete nella foto è Tim Berners Lee; il padre del Web.

Il 6 agosto 1991 Tim Berners Lee, ricercatore del CERN, metteva on line il primo sito Web **con l'intento di condividere le informazioni relative ai progetti di ricerca**. Il documento era costituito da testi e collegamenti ipertestuali.

La rete internet esisteva già, ma con il sito di Berners comincia l'era del World Wide Web



# Web collaborativo: 4 caratteristiche fondamentali

1. UGC = User Generated Content
2. Social Networking
3. “Tag” e filtri web “intelligenti”
4. WEB come Piattaforma



# User Generated Content

---

Con questo nome si identificano progetti e funzionalità che permettono agli utenti di inserire direttamente contenuti

Strumenti:

- BLOG/MICRO BLOG
- WIKI PORTAL
- PHOTO / VIDEO SHARING
- WEB TV /WEB RADIO



# Social Networking

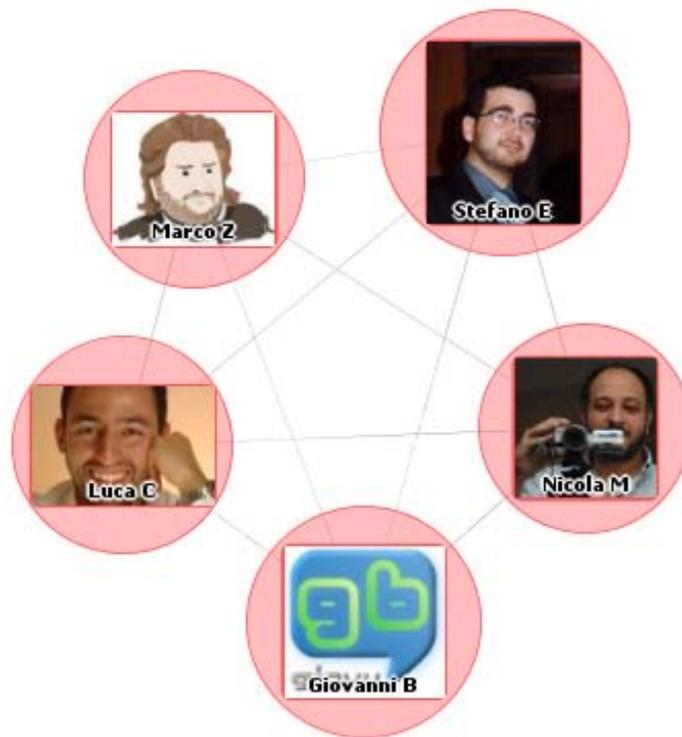
---

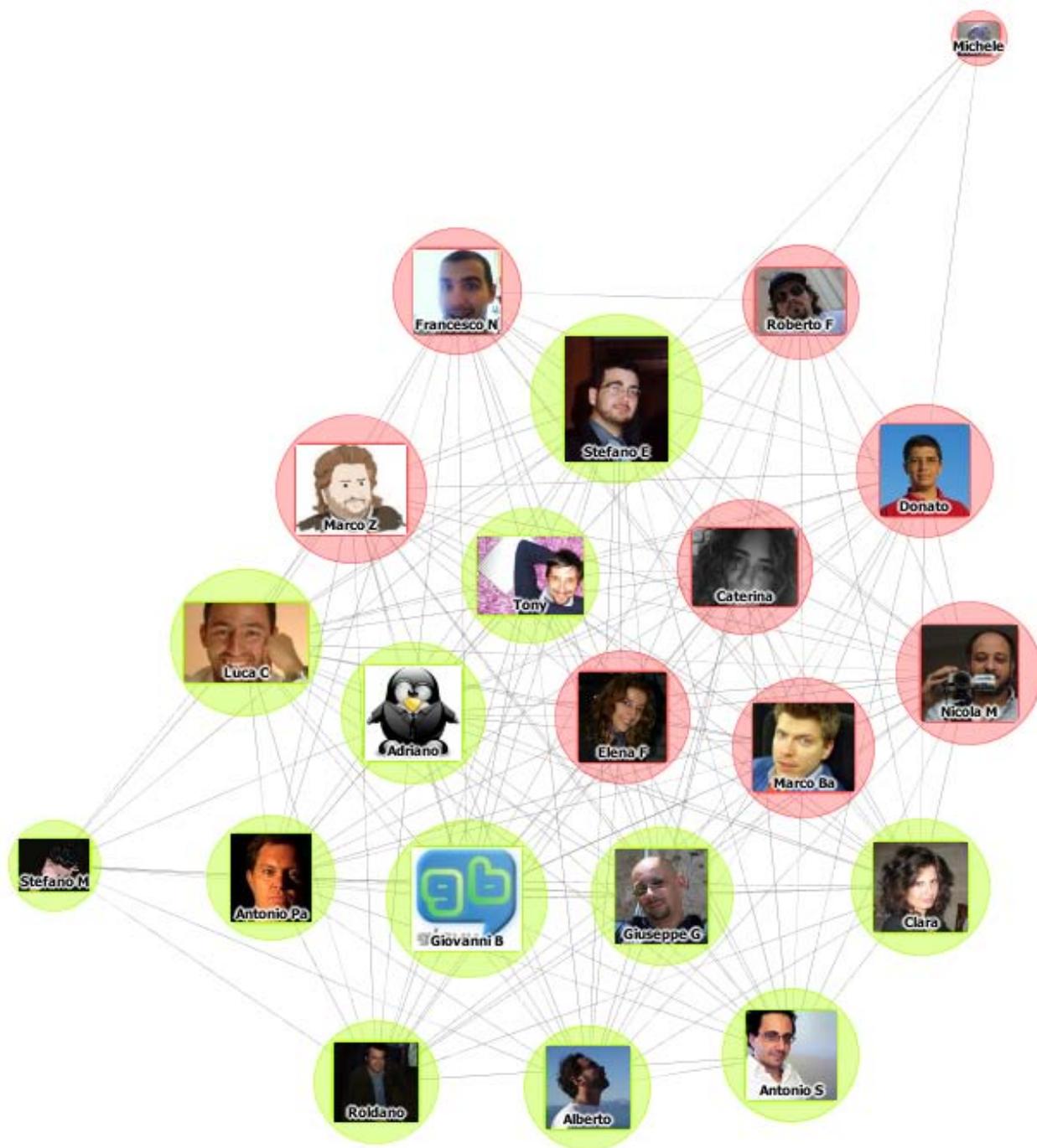
Il Social Networking è uno dei motori principali dell'evoluzione

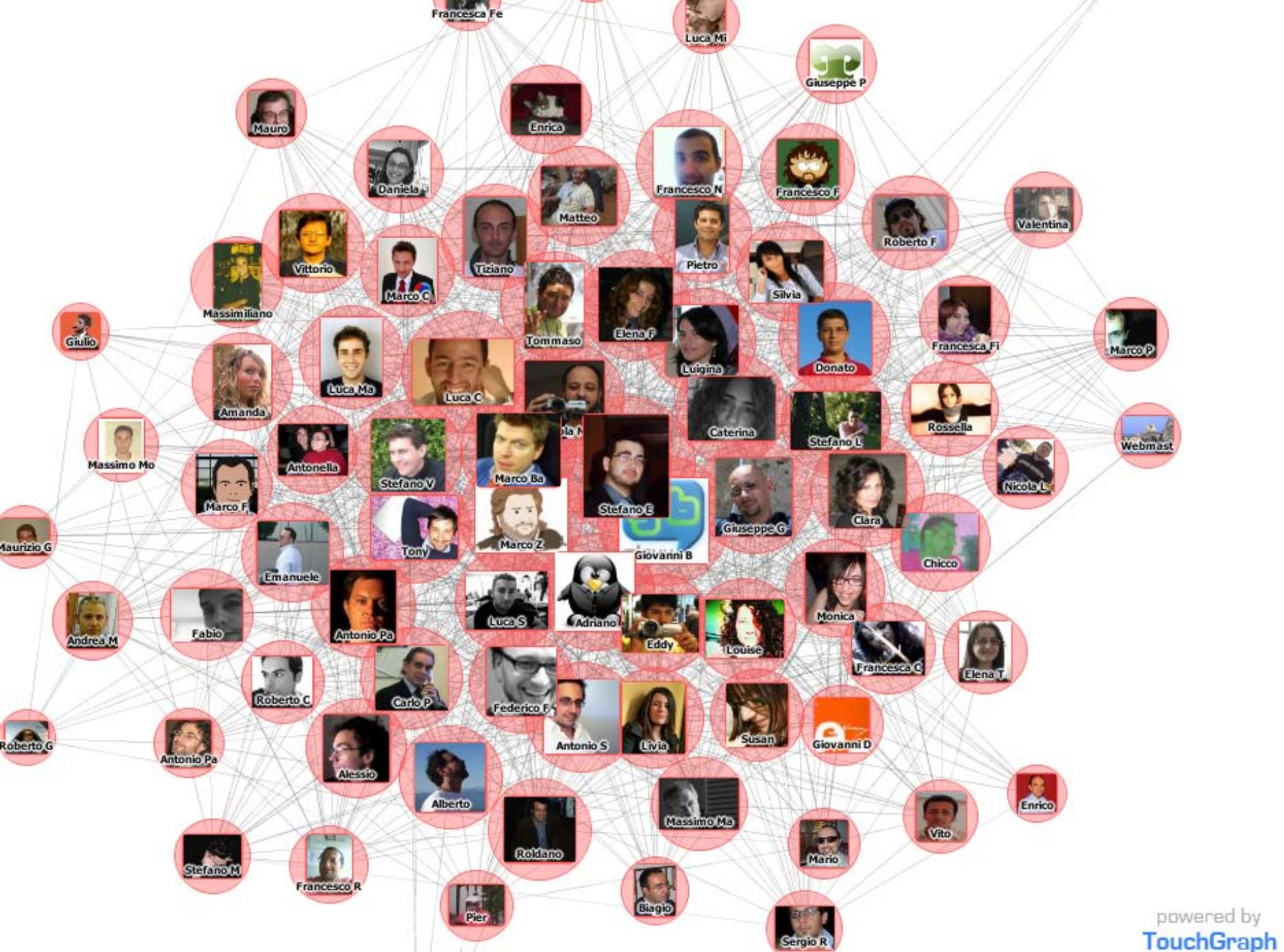
Un utente ha una relazione con altri utenti i quali hanno una relazione con altri utenti.

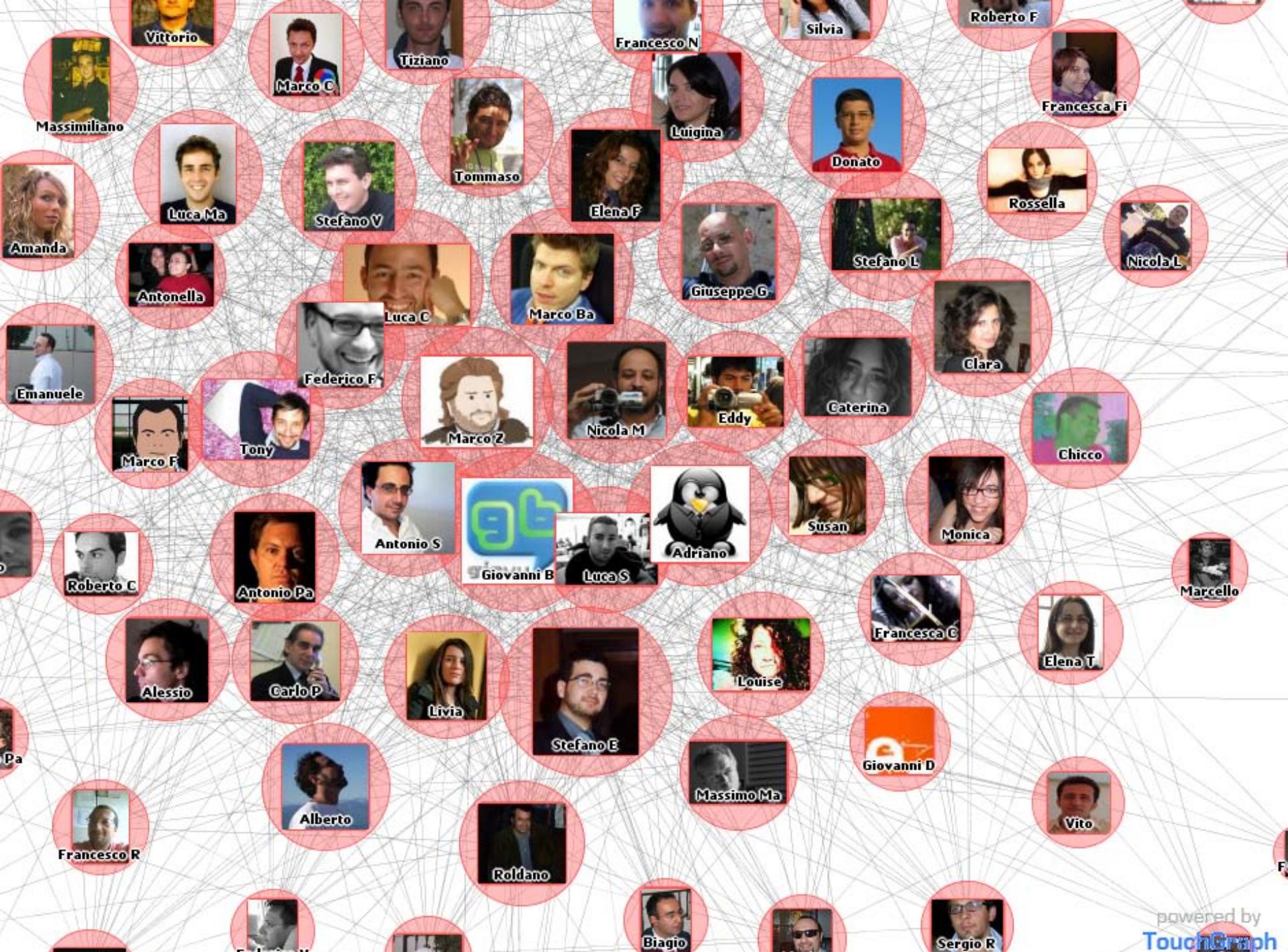
Ogni utente ha una sua credibilità basata sulle azioni che compie in rete.

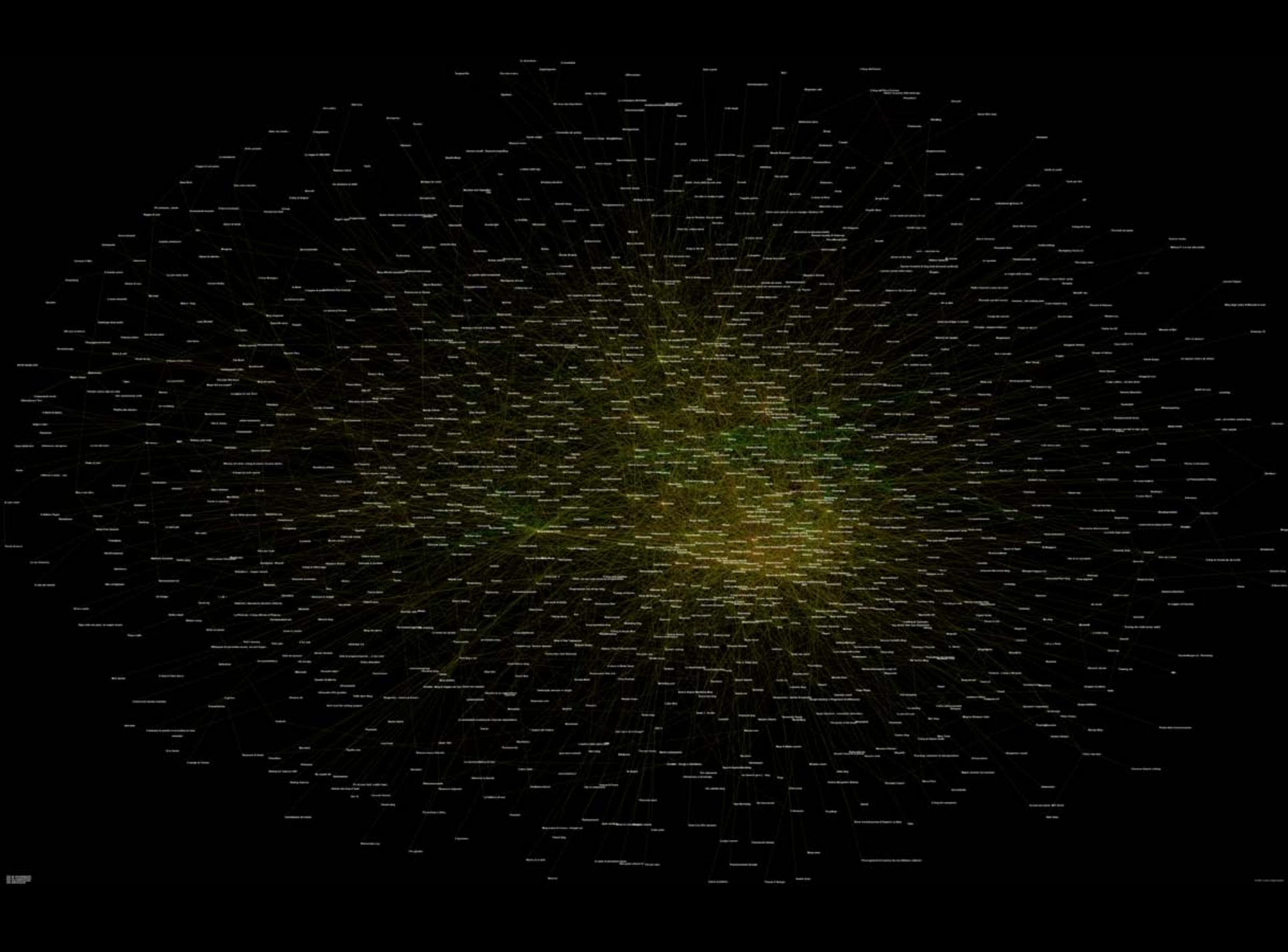












# Tag e Filtri Web “intelligenti”

---

Internet ci espone ad un flusso continuo di informazioni senza discriminare le informazioni utili “qui e ora” è come avere la cassaforte senza la chiave.

Sfruttando le relazioni e la classificazione dei contenuti attraverso etichette “Tag” non gerarchiche si possono selezionare solo contenuti d’interesse



# Il Web come piattaforma

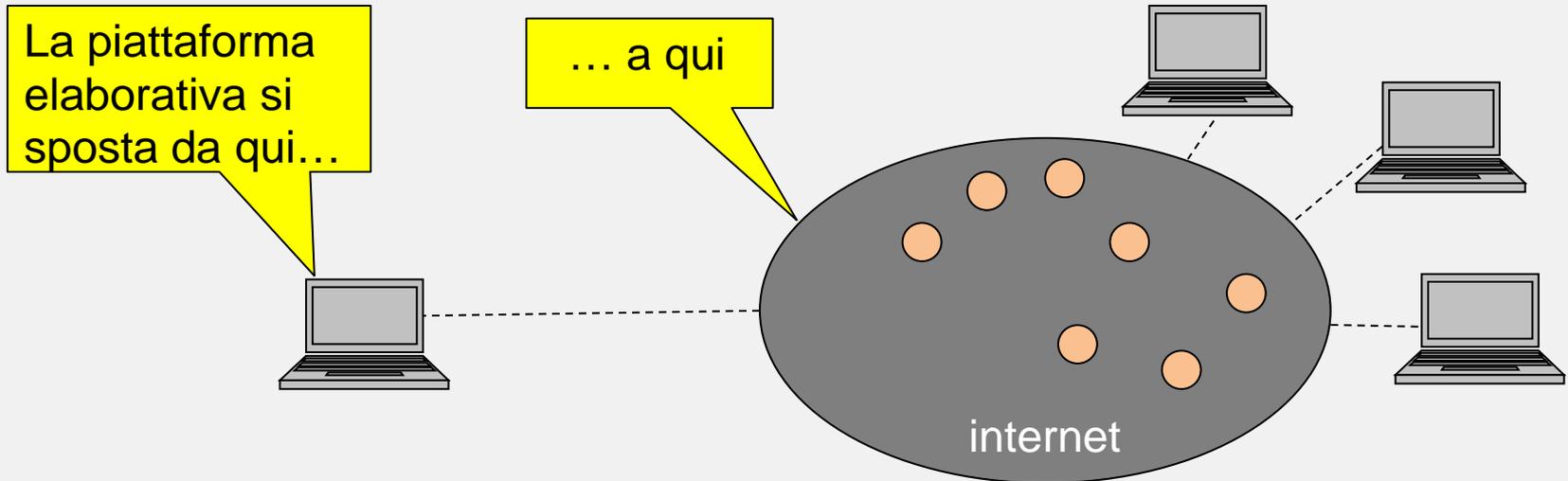
---

Il Web sta diventando progressivamente una piattaforma in grado di eseguire programmi e servizi con funzionalità ed interfacce simili a quelle delle applicazioni desktop.

- ❑ Produttività e condivisione
- ❑ Scomparsa licenze d'uso ed installazione aggiornamenti
- ❑ Interoperabilità e mobilità



# Non è solo un fatto tecnologico, ma un cambio di paradigma

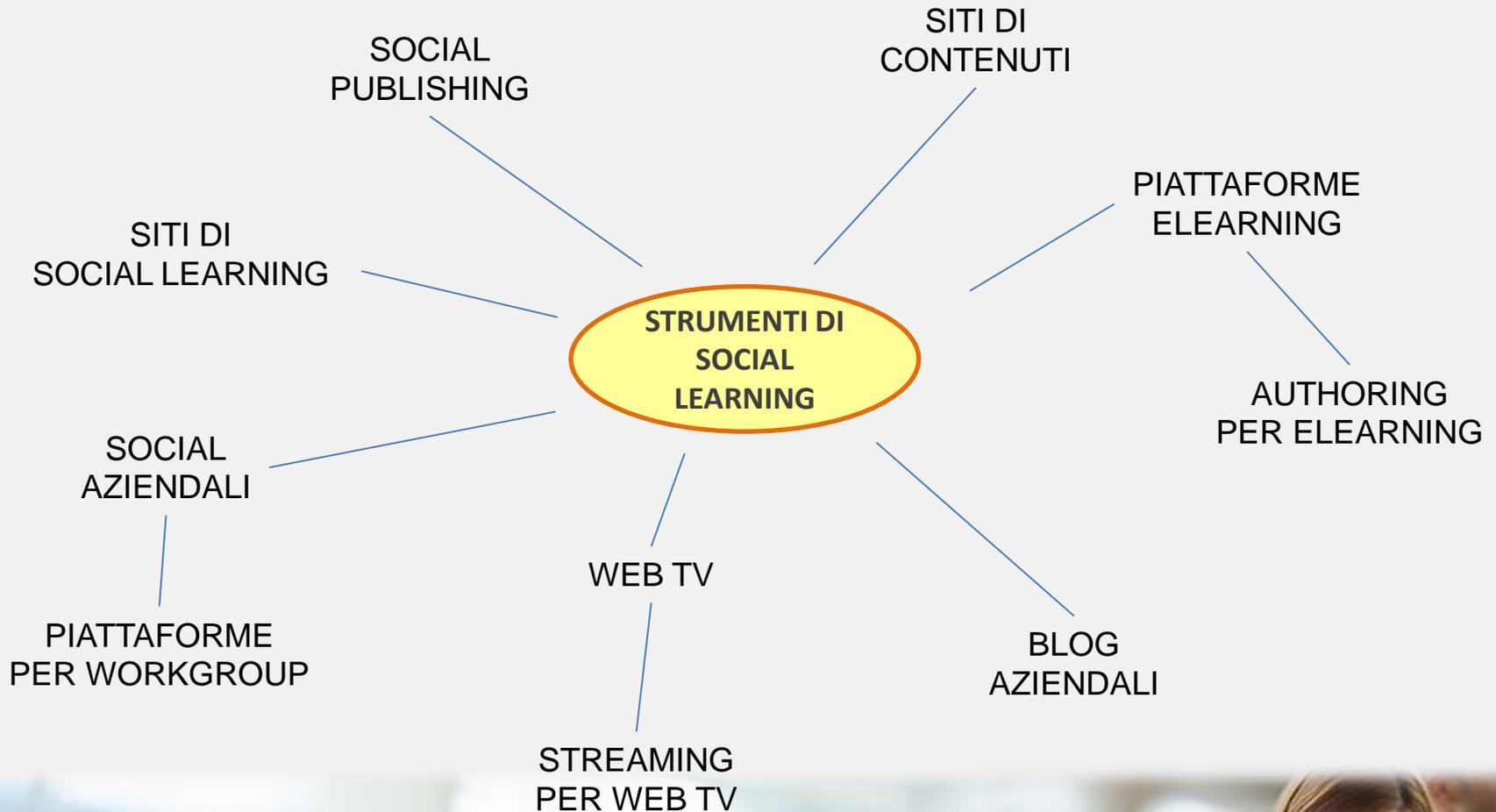


dalla rete come insieme di siti...  
dai "fat client" ...  
dal sw come prodotto  
dalle sw release...  
dall'architettura proprietaria...  
dal lavoro individuale...  
dall'era della Microsoft...  
dal PC...

... alla rete come insieme di applicazioni  
... ai "thin client"  
... al sw come servizio  
... al continuous improvement  
... all'architettura aperta (mashable)  
... al lavoro cooperativo  
... all'era di Google  
... all'internet workspace

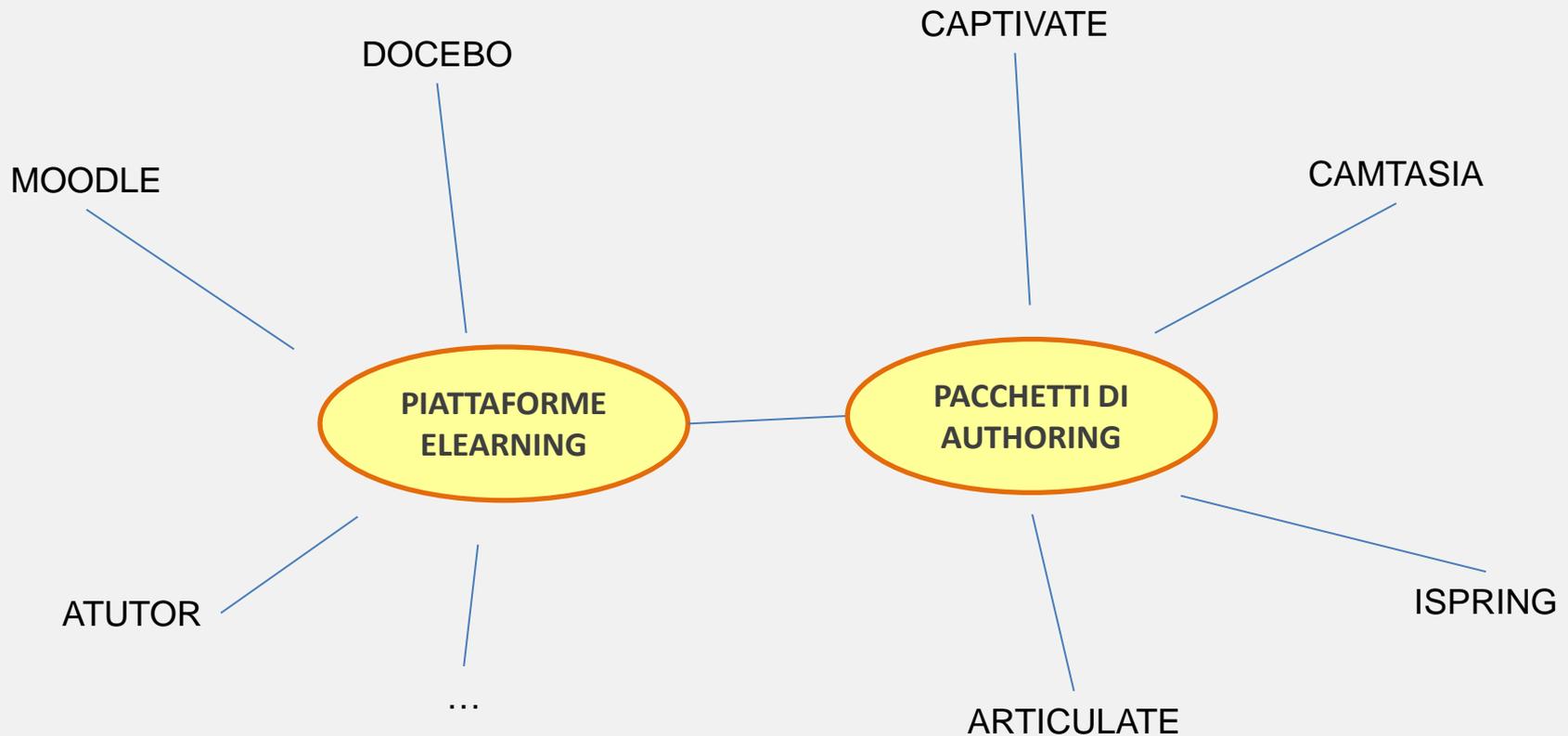


# Le tecnologie per la formazione collaborativa

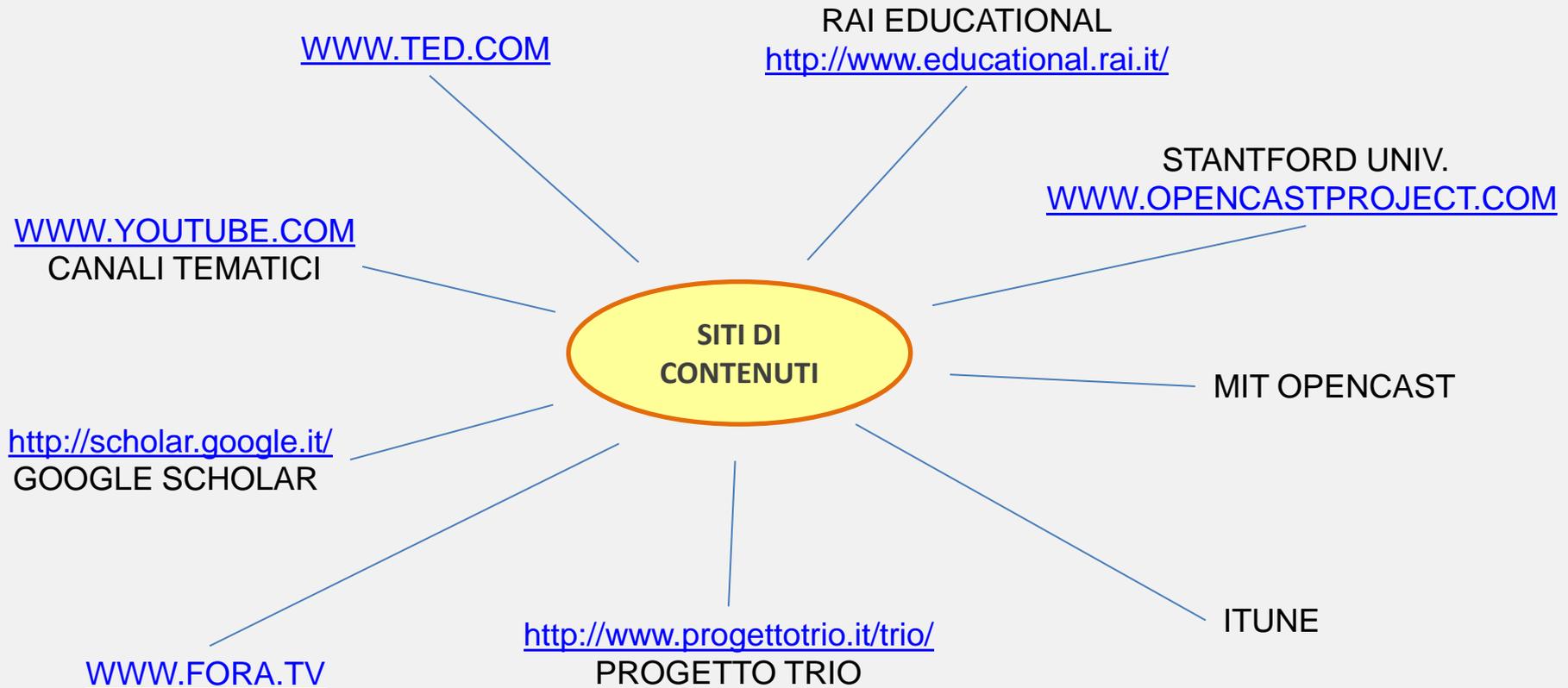


# Le tecnologie per la formazione collaborativa

---



# Le tecnologie per la formazione collaborativa

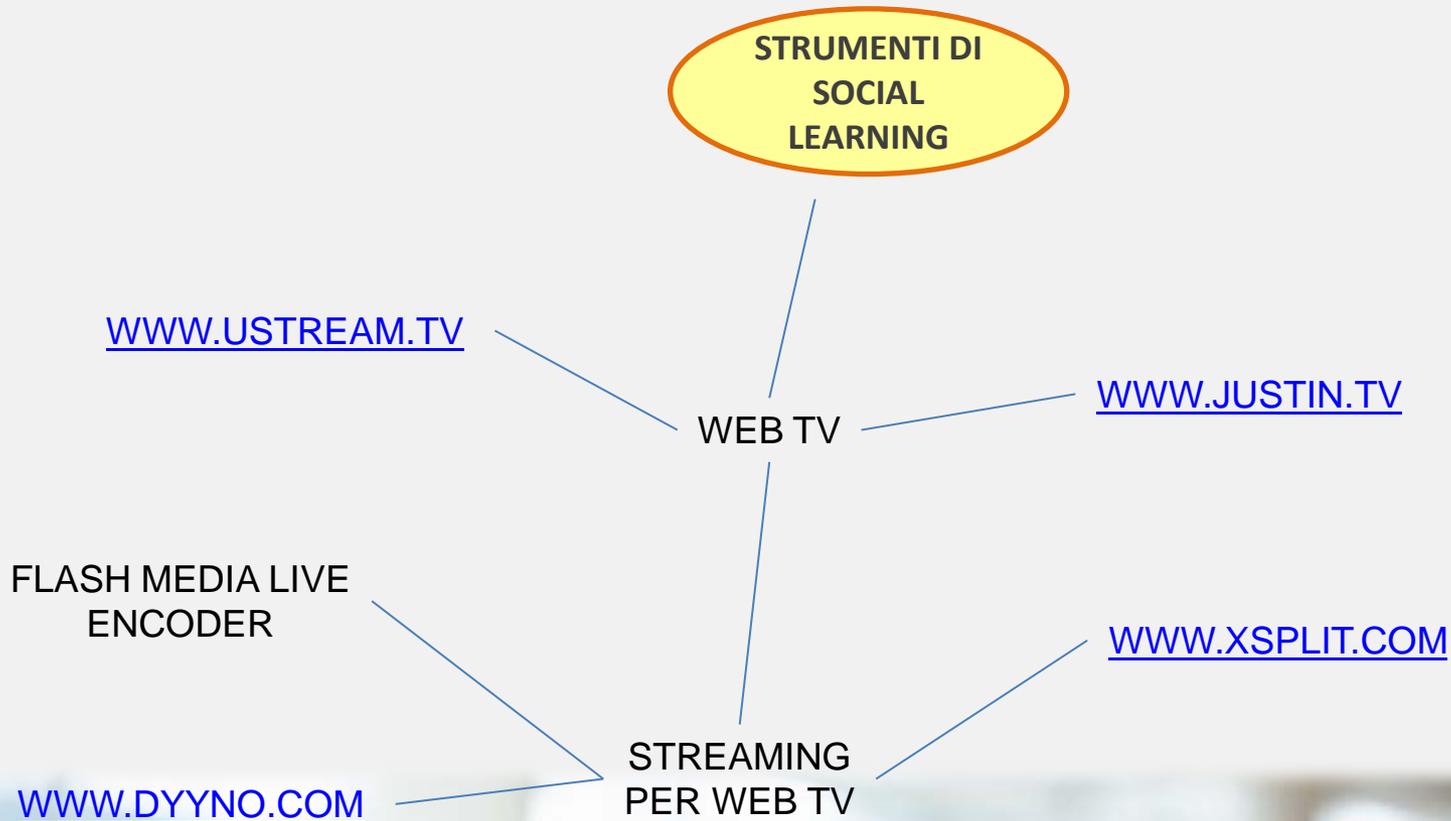


<http://www.onlinecourses.net/business-programs>

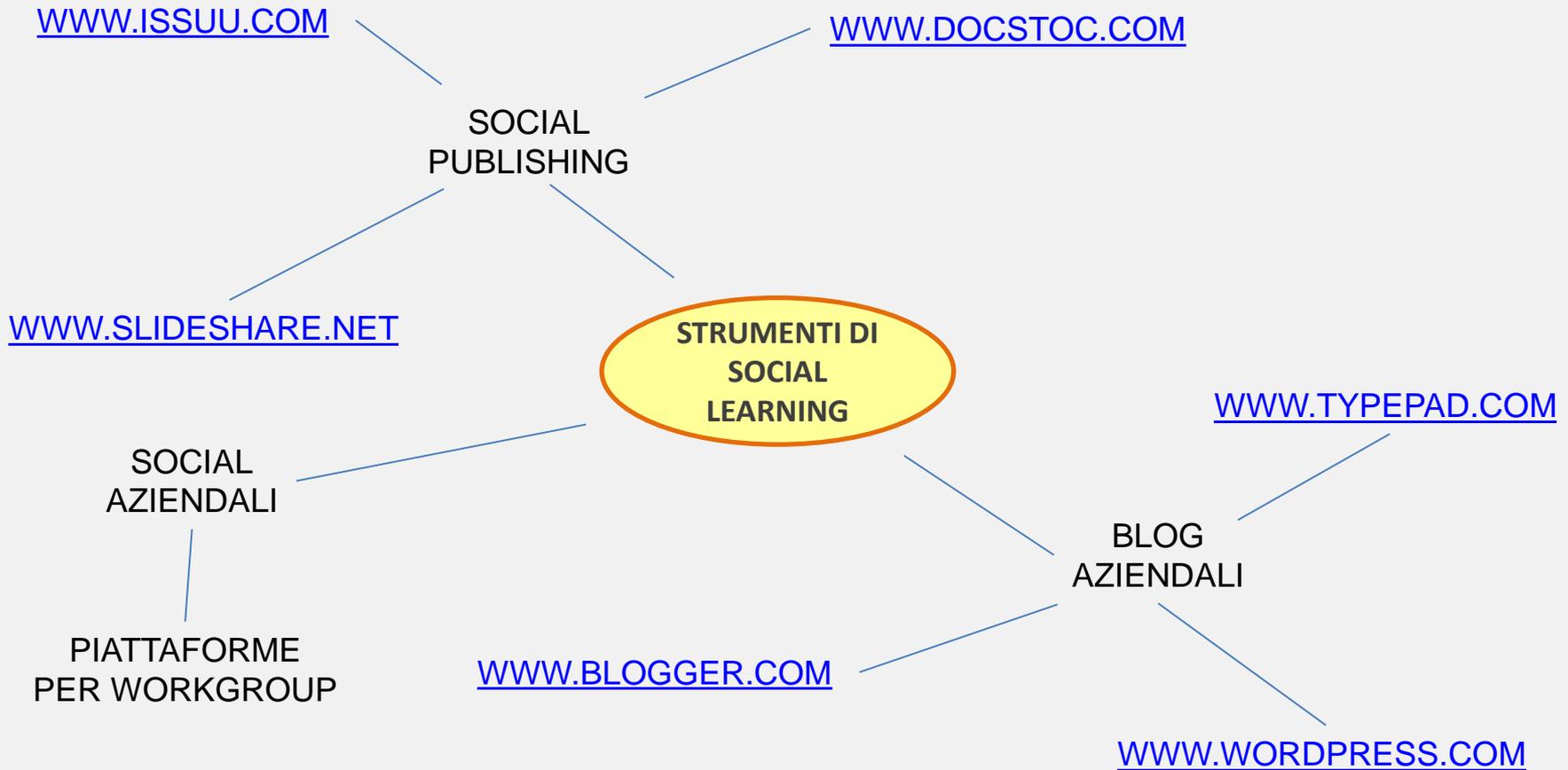


# Le tecnologie per la formazione collaborativa

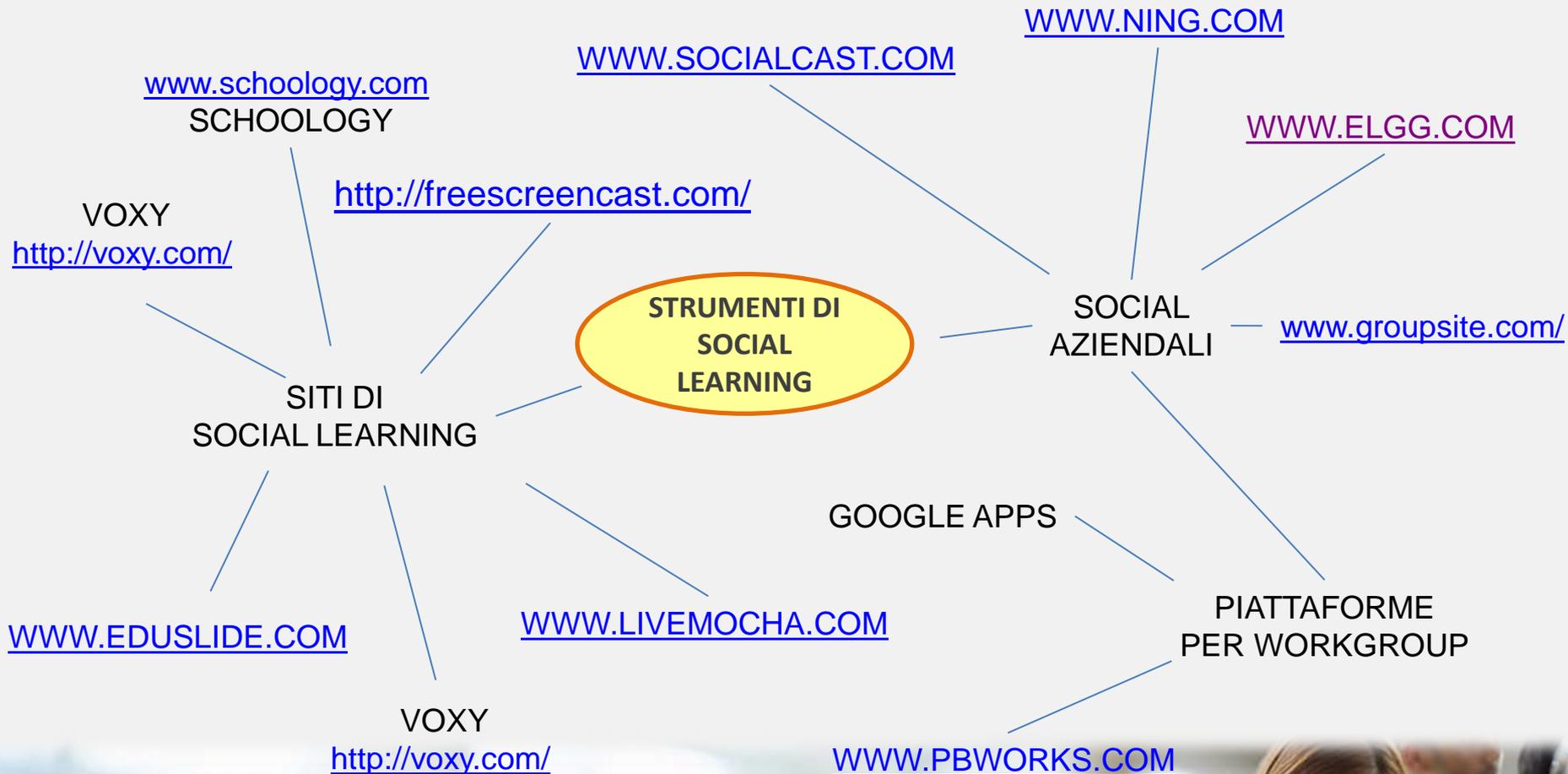
---



# Le tecnologie per la formazione collaborativa



# Le tecnologie per la formazione collaborativa



---

Dopo questa carrellata di strumenti per la formazione collaborativa in azienda è lecito chiedersi:

Si, tutto molto bello...

... ma come faccio per applicare tutti questi strumenti nella mia organizzazione?

... questi strumenti sono applicabili a tutti i tipi di formazione?

Un po' di tempo fa avrei risposto NO...



# Due criteri per classificare le azioni formative

---

A. In base alla **FINALITA'**

B. In base **all'AMBITO** di intervento



# FINALITA' della formazione

---

- 1) Formazione sulle **STRATEGIE AZIENDALI**  
(come l'organizzazione ci vuole indipendentemente da ciò che siamo)
- 2) Formazione **OPERATIVA (Business Learning)**  
(come l'organizzazione ci vuole in relazione al contesto del nostro lavoro)
- 3) Formazione **COMPORIMENTALE**  
(come l'organizzazione ci vuole in relazione ai nostri comportamenti espressi ed al fabbisogno di ruolo)



# AMBITO d'intervento della formazione

---

## 1) CONOSCENZE

(cosa devo Sapere)

## 2) ABILITA' PRATICHE

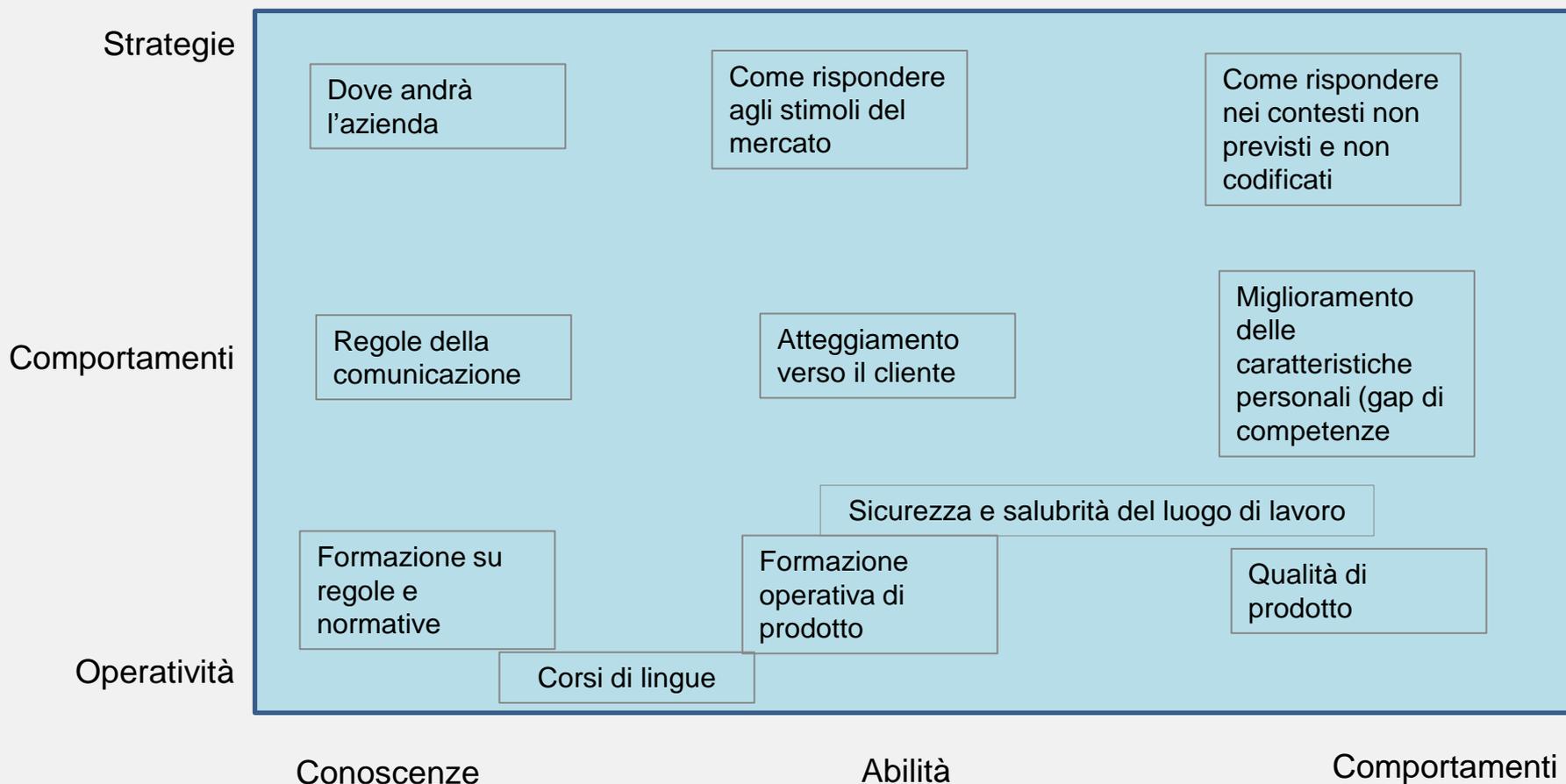
(cosa devo Saper fare nella pratica)

## 3) COMPORAMENTI

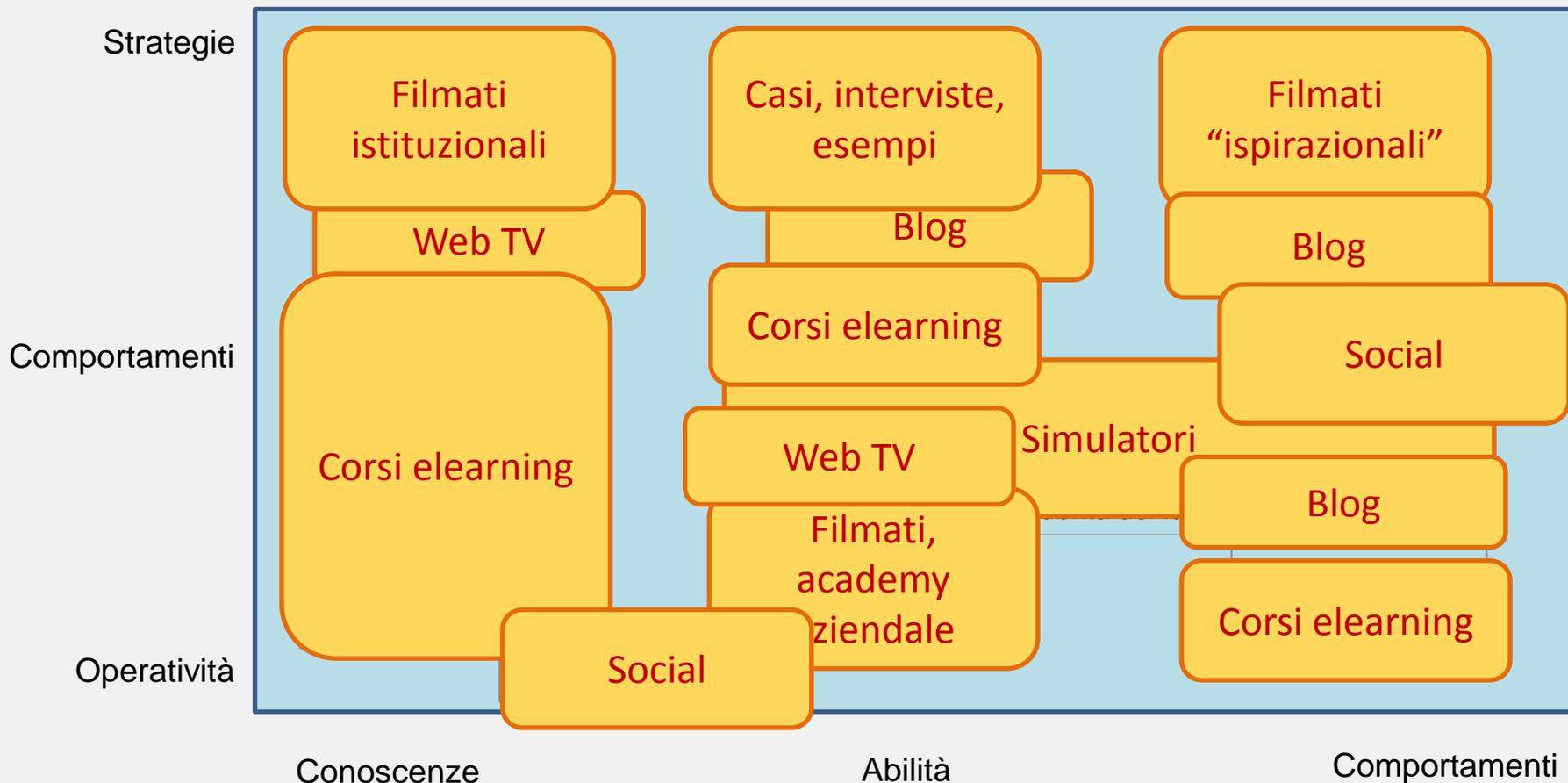
(come devo Essere nei comportamenti e nelle relazioni)



# Correlazione tra dimensioni e strumenti (esempi)



# Correlazione tra dimensioni e strumenti (esempi)



# Modello una formazione più efficace

---

Avere lo strumento giusto per ogni tipo di intervento è una condizione necessaria ma non sufficiente

Ricordiamo i presupposti per la MOTIVAZIONE:

- AUTONOMIA
- PADRONANZA
- SCOPO

La formazione non può essere “imposta”, è una opportunità

Una serie di contenuti sono resi disponibili in base agli obiettivi

La formazione è gestita autonomamente dall'individuo

L'azienda valuta i risultati, i comportamenti acquisiti



# Modello per una formazione più efficace

---

Ricordiamo i presupposti per il SOCIAL LEARNING:

- Reciprocità
- Condivisione

Devo lasciare una traccia di quello che ho fatto e capito:

- Tempo di navigazione
- Materiale prodotto e pubblicato
- Raccolta di idee



# Modello di formazione efficace

## USO DEI CREDITI FORMATIVI

The screenshot shows a software interface for managing training credits. The window is titled "Crediti" and displays the name "ARCELLI MARTINO". The interface is divided into several sections:

- Crediti maturati:** A table with columns: Descrizione corso, Edizione, Data Assegnazione, Crediti Maturati, Tipi Crediti, and Docente. A single entry is visible: "998 - miglioramento capacità di sint... Edizione Unica 11/04/2011" with 12 credits.
- Crediti formativi:** A table with columns: Dalla data, Alla data, Crediti residui, and Note. Two entries are visible:

Dalla data	Alla data	Crediti residui	Note
08/07/2003	13/02/2004	16	[A]
12/03/2010	31/12/2010	18	[a]

The interface also includes a sidebar with navigation options like "Dati personali", "Informazioni contrattuali", and "Valutazioni". A toolbar at the top contains various icons for document management and user actions. On the right side of the window, there are buttons for "nuovo", "Modifica", "cancella", "nuovo", "cancella", "conferma", and "annulla".

- 
- Ogni soggetto dell'organizzazione ha l'obiettivo-dovere di migliorarsi
  - Il soggetto deve raggiungere un certo numero di crediti di attività formative
  - Ogni corso rilascia crediti in base a precisi criteri:
    - Obbligatorietà
    - Autonomia (auto-formazione vs formazione istituzionale)
    - Contributo alla crescita "sociale" della conoscenza
  - I crediti possono essere assegnati anche ai Gruppi



# Modello di lavoro



---

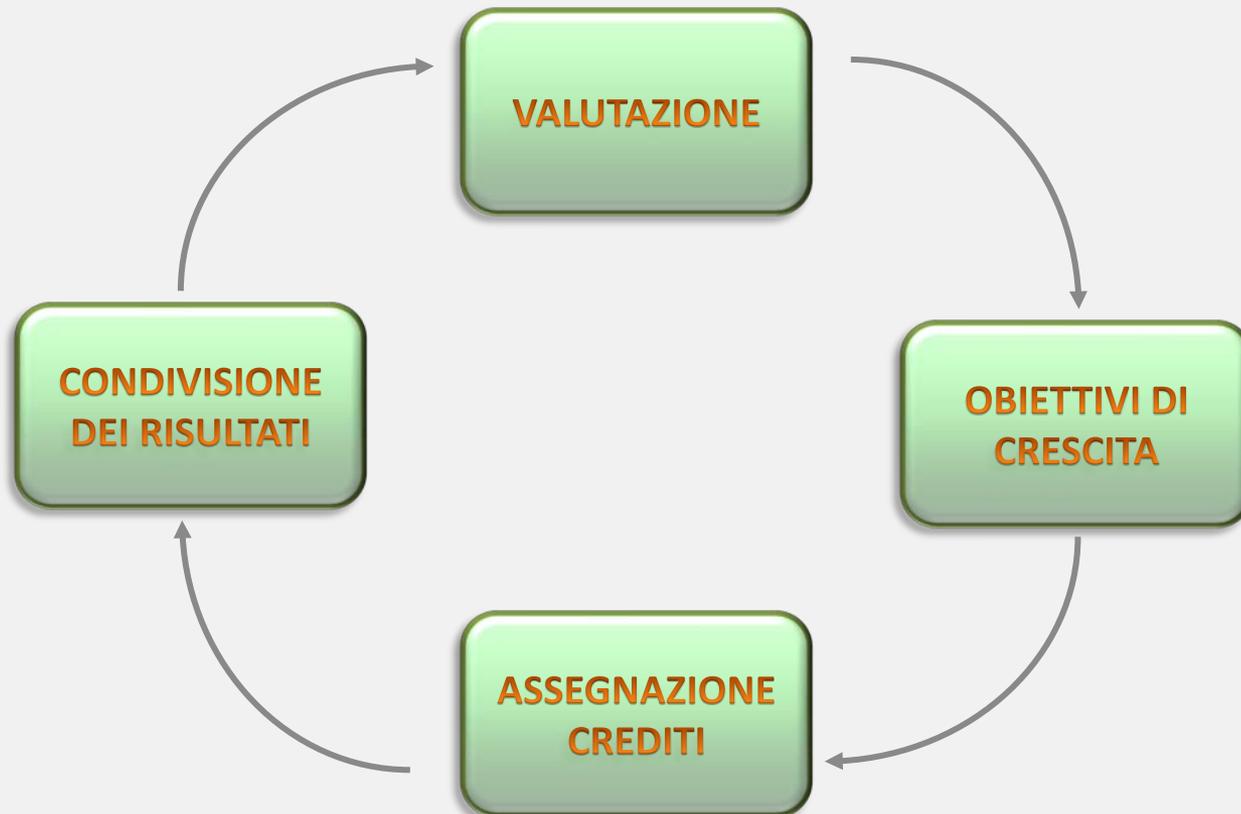
L'azienda concorre a definire gli obiettivi assieme al  
soggetto

Definisce la piattaforma

Definisce le regole (numero minimo di crediti, regole di  
acquisizione)

A questo punto spetta al singolo (o al gruppo)





Acquisizione di valori

Comportamenti efficaci

Miglioramento  
conoscenze

Miglioramento abilità  
pratiche

Miglioramento  
caratteristiche personali

**PIATTAFORMA TECNOLOGICA**



# Presupposti tecnici

---

- 1) Piattaforma di registrazione della formazione
- 2) Piattaforma per erogare, condividere, documentare la formazione fatta



# Effetti del modello

---

DA:

Obiettivi formativi taciti

Partecipazione passiva

Alti costi di gestione

Focus sull'analisi dei fabbisogni

Formazione chiusa nell'individuo

A:

Obiettivi formativi condivisi

Totale responsabilizzazione sui risultati

Capitalizzazione dei risultati

Focus sulla valutazione dei risultati

Formazione aperta



# Esempi di progetti

---

- Avvio di una piattaforma elearning
- Creazione di pagine/blog tematici
- Creazione di una Videoteca
- Creazione di academy aziendali
- Creazione di web tv aziendali
- Diffusione di cultura aziendale con strumenti “Social”



# Credits

---

 Via Canova 16/20  
Bologna  
Bologna - EmiliaRomagna  
40138

 051 5881511  
 051 6014383

 (orario 9,00 - 13,00 / 15,00 - 18,00)

Per maggiori informazioni:

[frossi@ebcconsulting.com](mailto:frossi@ebcconsulting.com)

[spisano@ebcconsulting.com](mailto:spisano@ebcconsulting.com)

