

La nostra idea di formazione

Parliamoci chiaro: *se la formazione vuole veramente giocare il ruolo di business partner delle aziende deve essere inquadrata in un ambito più ampio che è quello della “People Strategy”*.

Negli ultimi venti anni, infatti, abbiamo assistito ad una formazione completamente scollata dalla strategia e “parcellizzata in tanti corsi”, visti come risposta semplice ed immediata ai problemi di efficienza e di competenza del personale.

Questo modo di pensare e di fare, alla base del quale c'è una **visone meccanicistica e non sistemica dell'azienda e della gestione del personale**, ha progressivamente banalizzato, distorto e svilito il ruolo della formazione e i benefici effetti promessi non sono quasi mai arrivati. Per rimettere ordine in tutto questo è necessario ridare il giusto ruolo alla formazione, comprendere profondamente i nessi esistenti tra formazione, strategia, organizzazione e sistema premiante, in poche parole comprendere e gestire il processo della “People Strategy”.

Il processo della “People Strategy”



Se infatti la formazione aziendale non è focalizzata sul business e sulla strategia, non sostiene l'organizzazione, non è accompagnata da una valutazione delle prestazioni sulla base di obiettivi chiari e condivisi da parte del personale e da un sistema meritocratico, rischia di risultare del tutto inefficace.