

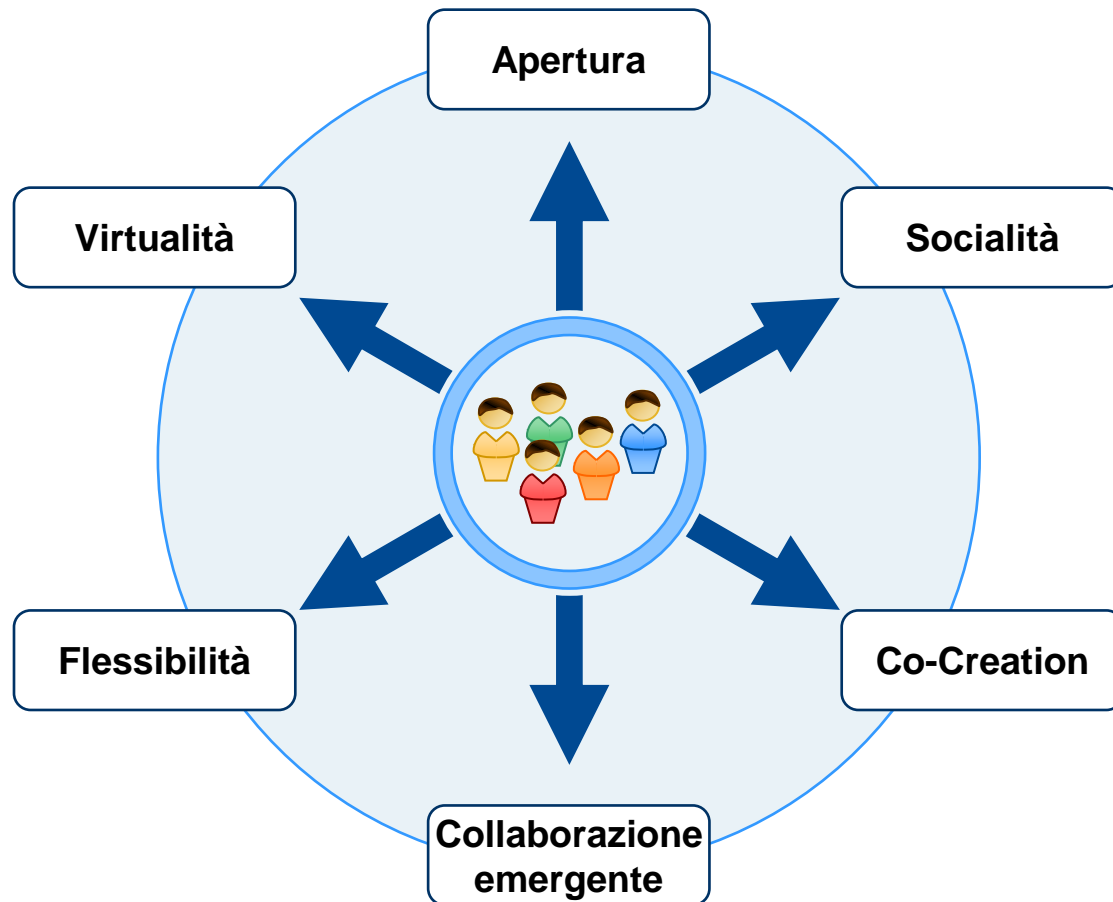


Soluzione caso Enterprise 2.0: Banca Intesa Sanpaolo

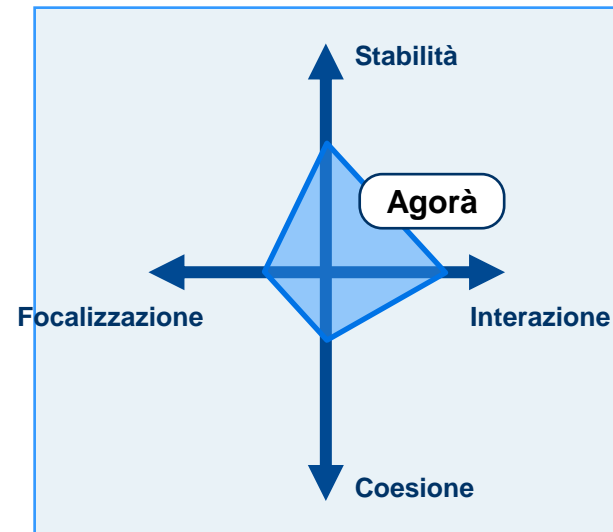
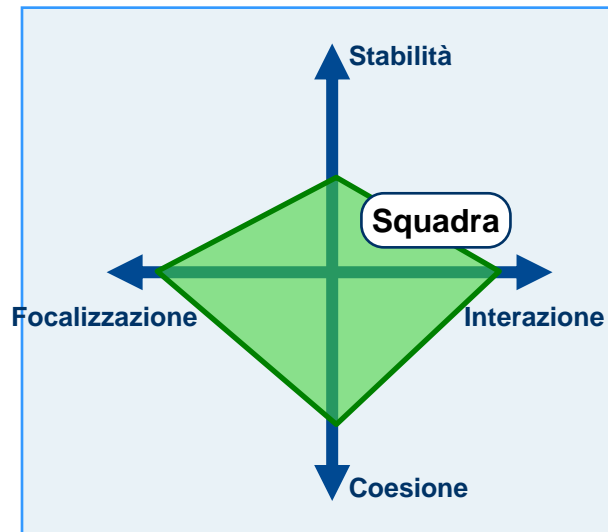
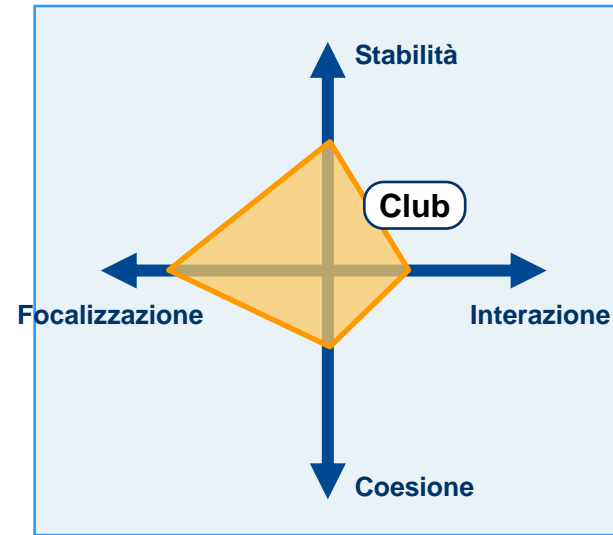
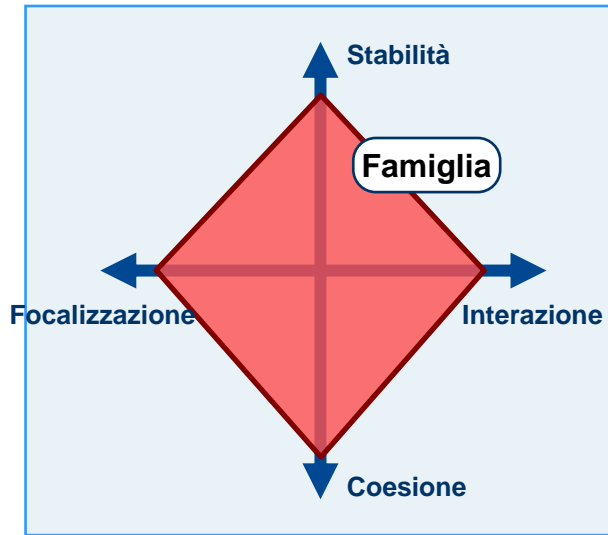
Richieste:

- Identificare attraverso le metodologie presentate a lezione:
 - il profilo delle iniziative in base ai sei principi organizzativi dell'Enterprise 2.0
 - La classificazione delle iniziative Enterprise 2.0 sui modelli della Social Enterprise (impatti su processi, relazione, conoscenza)

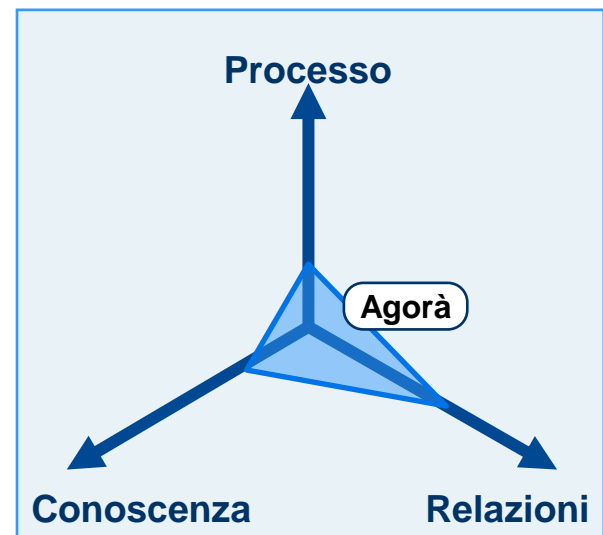
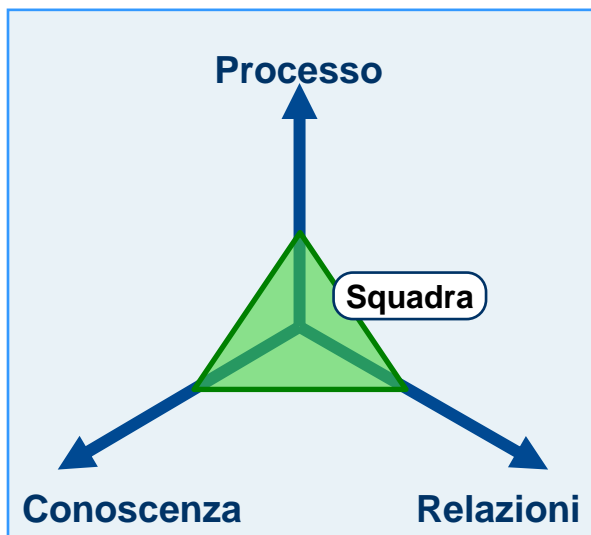
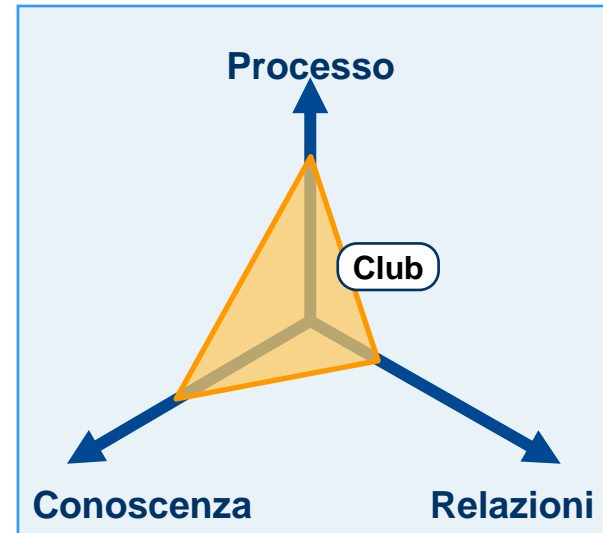
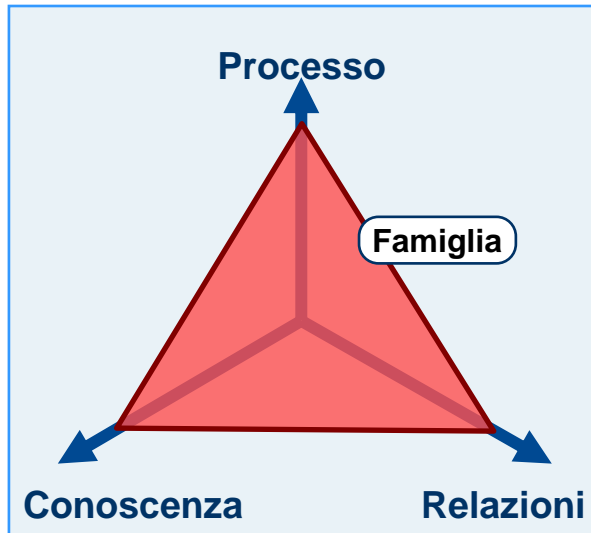
Linee guida



Linee guida

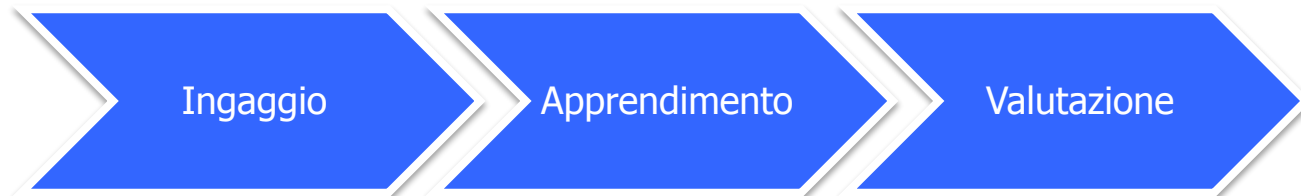


Linee guida

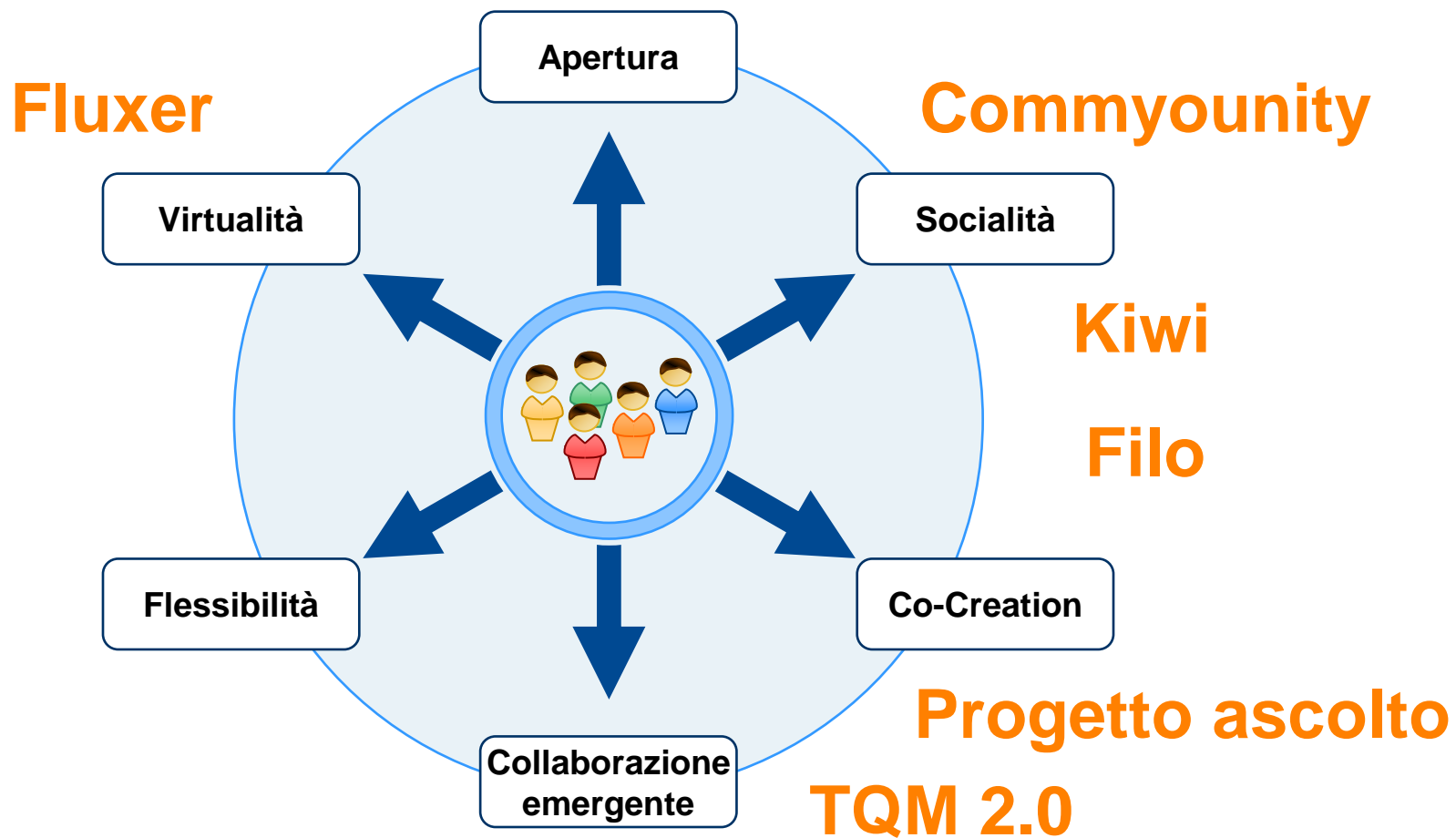


Richieste: il processo di formazione

- Prendendo in considerazione gli obiettivi e le esigenze dell'Ufficio Formazione di Intesa Sanpaolo, identificare:
 - le possibili implementazioni di strumenti Enterprise 2.0 a supporto delle diverse fasi del processo di formazione
 - i benefici ottenibili

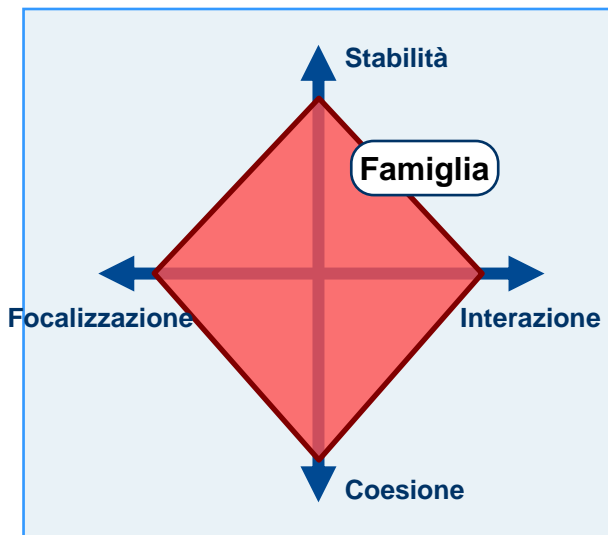


Linee guida

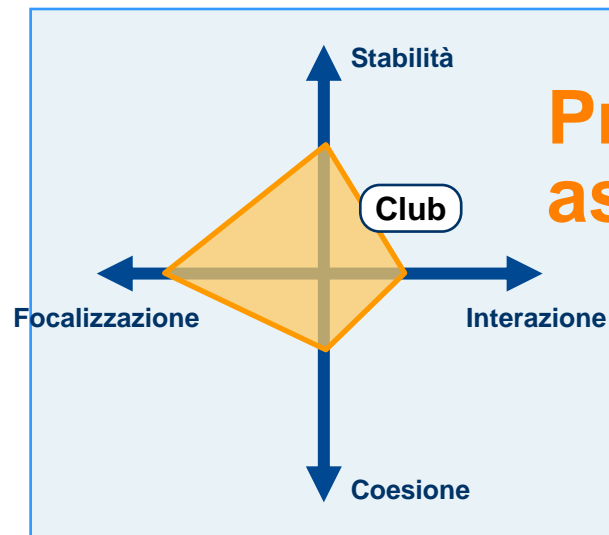


Linee guida

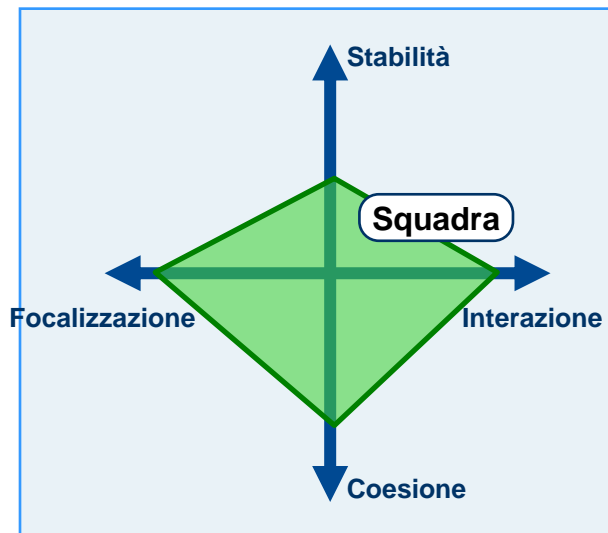
Kiwi
Filo 2.0



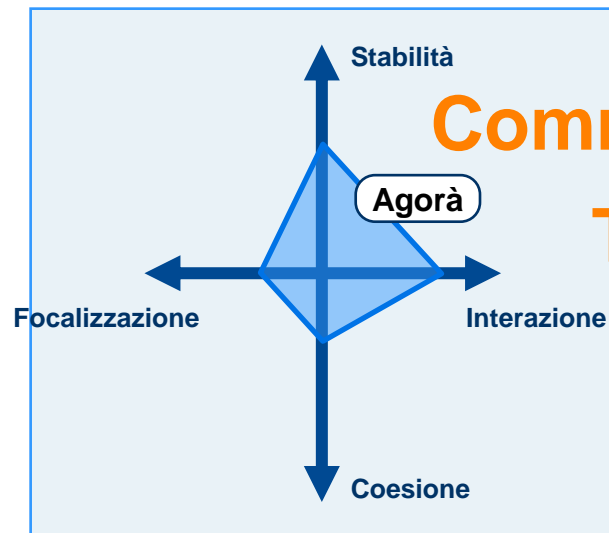
Progetto
ascolto



Fluxer

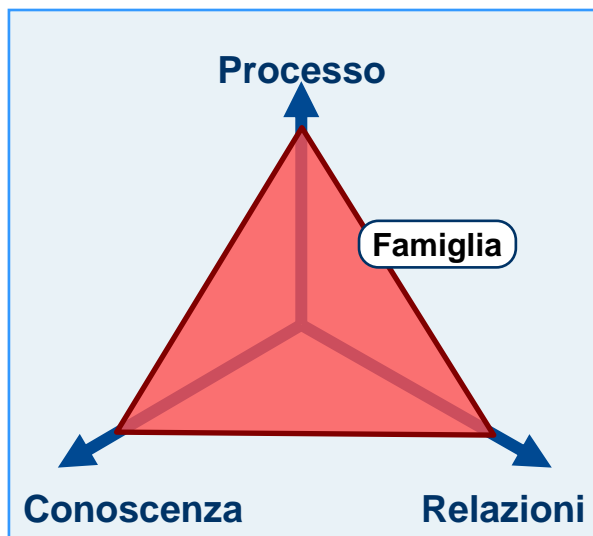


Commyounity
TQM 2.0

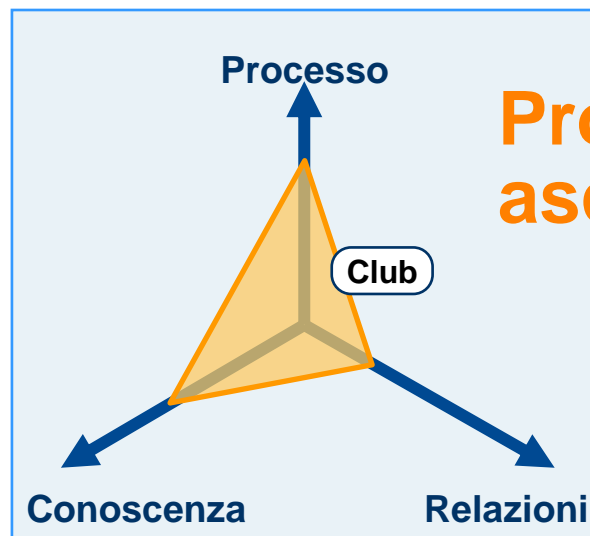


Linee guida

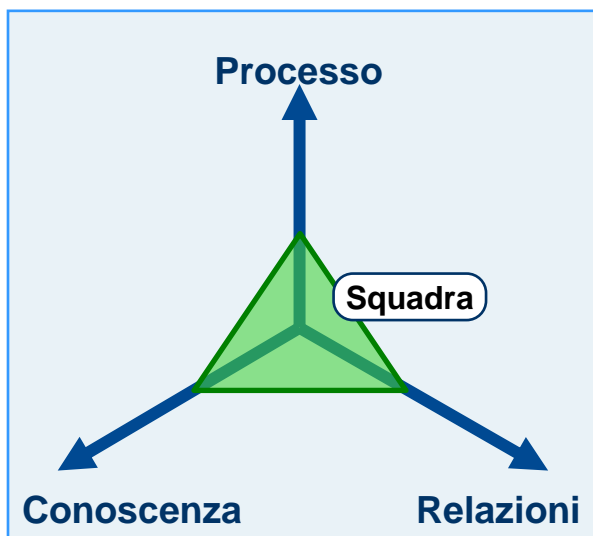
Kiwi
Filo 2.0



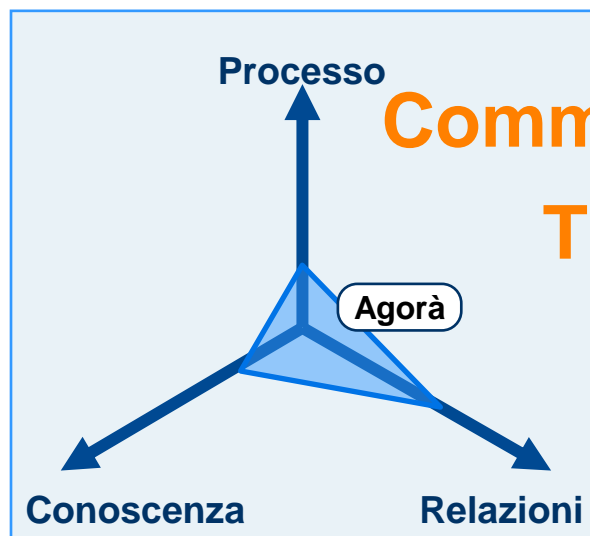
Progetto
ascolto



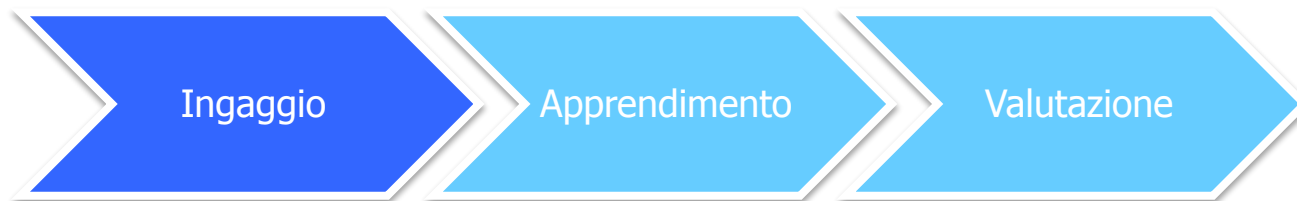
Fluxer



Commyounity
TQM 2.0



Linee guida: il processo di Formazione



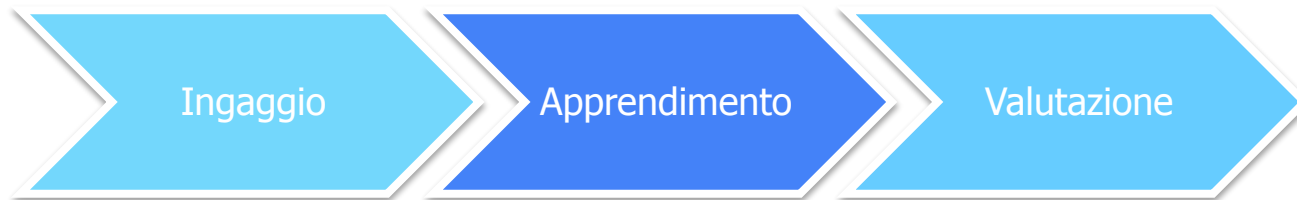
■ Iniziative

- **Mail di ingaggio** arricchita con collegamenti a google maps, info sui trasporti, link alla "stanza virtuale del corso"
- **Stanza virtuale** con video di presentazione dei docenti, possibilità di conoscere gli altri partecipanti ancora prima del corso (ognuno crea un profilo personale) e utilizzo di survey per allineare i contenuti formativi con le aspettative delle persone
- **Home page del portale di Formazione** con **servizi personalizzati** come il libretto formativo, l'agenda delle attività in corso e la "wish list"

■ Benefici

- Maggiore senso di appartenenza e qualità delle comunicazioni (informazioni più ricche e rispondenti alle esigenze delle persone)
- Riduzione del tasso di assenteismo
- Miglioramento dell'efficacia del corso e razionalizzazione delle tempistiche in aula (le persone si conoscono già, i contenuti sono stati preparati in base alle esigenze delle persone)

Linee guida: il processo di Formazione



■ Iniziative

- Utilizzo **di strumenti di collaboration** durante la lezione per esercizi di gruppo (coediting, chat, ...)
- **La stanza virtuale** permette di continuare il confronto e la discussione anche dopo la lezione in aula attraverso l'utilizzo di blog e wiki (il docente fa da moderatore)

■ Benefici

- Miglioramento della qualità ed efficacia del servizio
- Maggiore supporto allo scambio e condivisione di conoscenza
- Apprendimento e confronto continuo tra le persone anche dopo il corso in aula

Linee guida: il processo di Formazione



■ Iniziative

- **Verifiche** effettuate in modo multimediale nella stanza virtuale del corso
- **Produzione dei contenuti formativi guidata anche dalle proposte delle stesse persone** (Area "cosa puoi insegnarci" sul portale della formazione)
- **Social Network Analysis** per comprendere l'impatto dell'esperienza formativa sulle relazioni tra le persone

■ Benefici

- Miglioramento della qualità ed efficacia del servizio in base alle proposte degli utenti
- Maggiore supporto allo scambio e condivisione di conoscenza

I progetti Enterprise 2.0 di Intesa Sanpaolo a supporto della Formazione

Le iniziative:

L'introduzione di strumenti Enterprise 2.0 a supporto delle attività di formazione nasce soprattutto dall'esigenza di migliorare l'efficacia e la qualità del servizio, offrendo alle persone un'esperienza di apprendimento più ricca con strumenti che supportano l'informal learning e la creazione di network di conoscenza tra le persone. È presente un portale dedicato che costituisce il punto di accesso unico di tutte le offerte formative (corsi in aula, e-learning, corporate-tv, community online, radio/podcast) che possono essere consultate dagli utenti attraverso motori di ricerca evoluti e mappe interattive suddivise per tematiche. L'homepage è caratterizzata da servizi personalizzati come il libretto formativo, l'agenda delle attività in corso e la "wish list" attraverso cui le persone sono responsabilizzate nel definire autonomamente un piano di formazione che viene poi proposto e approvato con i propri capi. L'introduzione dei social media a supporto delle attività di formazione ha portato a ridisegnare l'intero processo sfruttando logiche innovative. Le persone dispongono di profili personali avanzati con foto, conoscenze e competenze possedute e da sviluppare. Nel caso di un corso di formazione in aula viene attivata una "filiera dell'esperienza" che parte dall'invito via mail contenente oltre che il link di accesso alla "stanza virtuale" del corso, una serie di servizi e informazioni integrate tramite mash-up (es. google maps per la localizzazione del corso, info sui trasporti, ...). All'interno della stanza virtuale, la persona viene poi coinvolta nell'esperienza formativa attraverso servizi innovativi quali video di presentazione dei docenti, possibilità di conoscere gli altri partecipanti ancora prima del corso e vengono utilizzate delle survey per allineare i contenuti formativi con le aspettative delle persone.

Anche l'attività di aula viene progettata integrando l'utilizzo di strumenti 2.0 che supportano la collaborazione nella risoluzione di esercizi e lo scambio di messaggi. La piattaforma permette poi di tenere in relazione i partecipanti anche dopo il corso in aula continuando a scambiarsi buone pratiche e conoscenza applicata sfruttando strumenti quali blog e wiki integrati con alcune soluzioni di Learning Managing System.

I progetti Enterprise 2.0 di Intesa Sanpaolo a supporto della Formazione

I benefici:

Dopo alcuni progetti di sperimentazione, ad oggi si è in una fase di diffusione allargata delle nuove logiche all'interno di iniziative che coinvolgono grandi famiglie professionali come quella degli assistenti alla clientela (ca 13.000 persone). Lo step successivo sarà quello di integrare in queste iniziative non soltanto i partner come docenti esterni, ma anche reti di scambio di esperienze e conoscenza con altre imprese.

I principali benefici riguardano la creazione di un tessuto relazionale tra i partecipanti e i docenti precedente al corso che permette di migliorare la partecipazione, l'efficacia dell'attività e di razionalizzare le tempistiche in aula. Inoltre, i social media favoriscono l'apprendimento informale tracciando le conversazioni e arricchendo il patrimonio di conoscenza aziendale. Per la valutazione di benefici è stato creato anche un centro di competenza dedicato alla misurazione dell'efficacia dei servizi offerti. In particolare, oltre alle classiche metriche di valutazione (livello di gradimento, di apprendimento, di applicazione sul job, ROI), sono state introdotte metodologie di Social Network Analysis per comprendere le interazioni tra le persone e misurare l'accrescimento del capitale relazionale e di conoscenza.

La produzione dei contenuti formativi può essere guidata anche dalle proposte delle stesse persone (all'interno della sezione "cosa vuoi insegnarci?") circa oggetti formativi non ufficiali quali schemi, riassunti su normative, etc. in modo tale da sfruttare una "coda lunga della formazione" sviluppando un network di persone che aiutino a creare iniziative e programmi specifici.