

Presentazione Progetto GIOVANI CMMC

Gruppo A-Team

30 settembre 2022

Ambasciatori
progetto **Giovani** 

Chi siamo



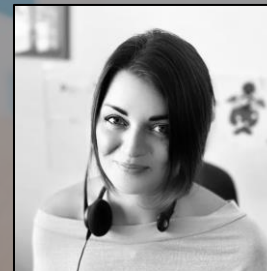
Stefania Pozzuoli
Customer Care



Federica Lalla
HR Admin



Ivana Ferro
Process Specialist



Viviana Talarico
Customer Care



Ilaria Pagliuca
Digital Learning Specialist



Barbara Ripamonti
Chatbot Specialist



Margherita Poiani
Customer Care



TUTOR: Marta Rho
Senior Researcher

Noi siamo l'A-team

Un team in cui è il **gruppo** il **protagonista**!

Un gruppo eterogeneo di persone, ben diverse le une dalle altre, ciascuna con **specializzazioni** e **caratteristiche uniche**!

Un gruppo molto unito che fa dello **scambio**, **confronto**, dell'**agire collettivo** la propria **forza**

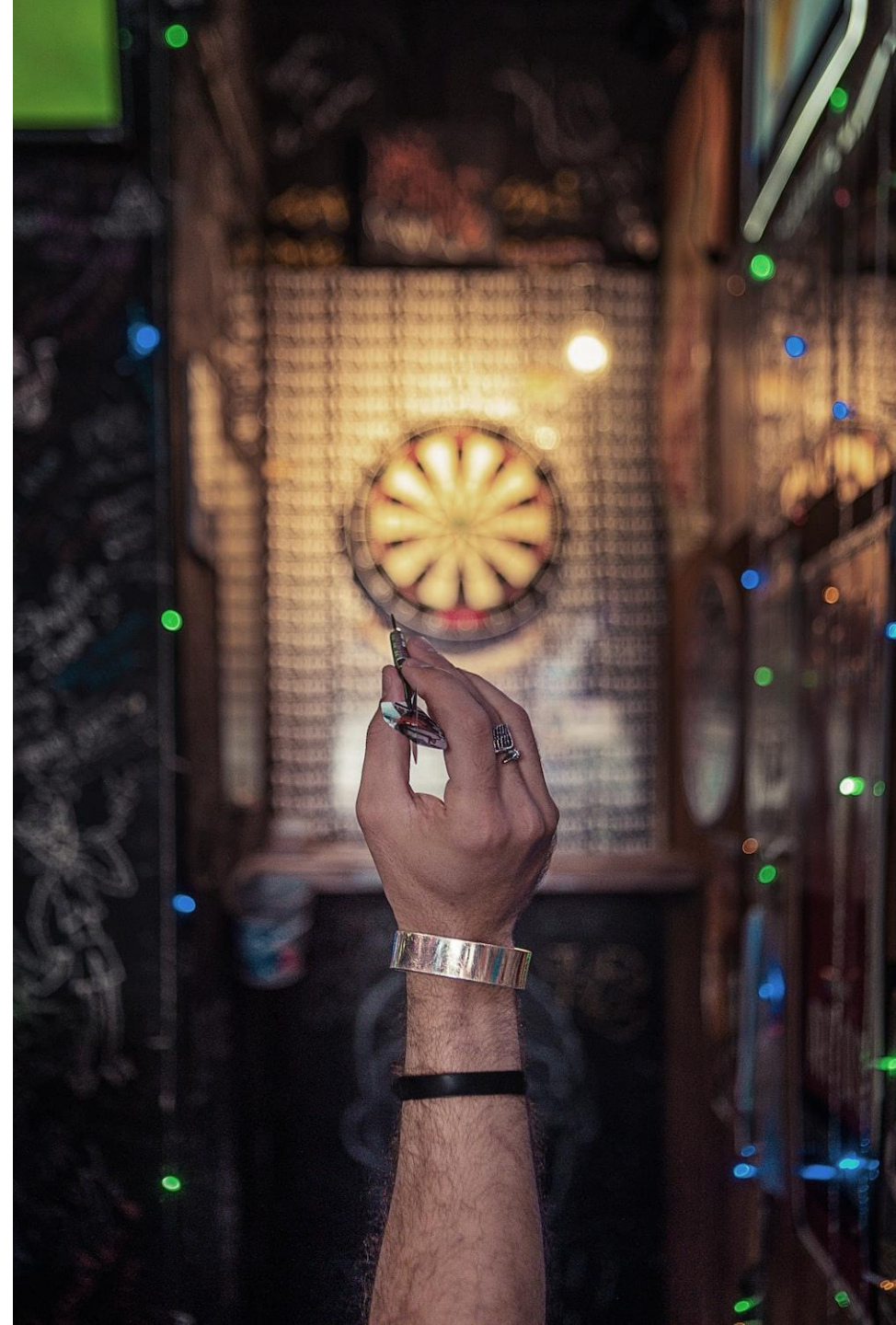
Perennemente "in fuga" perché siamo **orientate al futuro**!



Obiettivo del progetto

«Rendere più **attraattiva** l'immagine delle aziende che operano nel **comparto del customer management**»

«Costruire uno **strumento (digitale)** con cui misurare e comunicare l'attrattività del comparto»





.....

Target

CHI ABBIAMO COINVOLTO?

Noi stesse, ci siamo “**ascoltate**” in quanto “**target elettivo**” del processo:

- **Giovani**
- **Attive a vario livello** nel comparto del customer management
- Con **esperienze di vita/ lavoro differenti**
- **Operative** in diverse zone del **territorio nazionale**

Processo

COME ABBIAMO FATTO PER...

Abbiamo analizzato la **situazione attuale** mettendo in luce ciò che oggi per un giovane rappresenta il positivo, la soddisfazione e ciò che crea insoddisfazione, in generale e nel mondo del lavoro



Abbiamo individuato i **bisogni dei giovani** di oggi nel mondo del lavoro.

Sulla base delle considerazioni raccolte abbiamo individuato alcuni punti su cui focalizzare la nostra attenzione e abbiamo pensato alle **modalità** e allo **strumento** utile a questo fine.

Abbiamo **analizzato i punti di forza e debolezza del comparto**.

Da queste siamo partiti per lavorare su l'attrattiva del comparto nel mondo dei giovani

Processo

COME ABBIAMO FATTO PER...

1
Drive di
Google

Decine di
pagine di
appunti

Abbiamo individuato i
bisogni dei giovani di
oggi nel mondo del
lavoro.

10 Video Call
«ufficiali»

Sulla base delle considerazioni raccolte
abbiamo individuato alcuni punti su cui
focalizzare la nostra attenzione e abbiamo
pensato alle **modalità** e allo **strumento** utile
a questo fine.

Aperitivi a
distanza

Abbiamo analizzato la
situazione attuale
mettendo in luce ciò che
oggi per un giovane
rappresenta il positivo,
la soddisfazione e ciò
che crea
insoddisfazione, in
generale e nel mondo
del lavoro

1



ANALISI AS IS



2

I NEED



3



CUSTOMER
MANAGEMENT



4

BRAINSTORMING



5

SOLUZIONE
&
STRUMENTO

Google moduli

Quasi 100 file
scambiati

Decine di
e-mail

Migliaia di
WhatsApp

Abbiamo **analizzato i punti di
forza e debolezza del
comparto.**

Da queste siamo partiti per
lavorare su l'attrattiva del
comparto nel mondo dei giovani

Canva

Video Maker

Short URL

Unsplash

Word Art

Analisi As is

KEY WORDS

LA FELICITÀ PER I GIOVANI

Soddisfazione personale

Appagamento lavorativo

Indipendenza economica

Sicurezza

Stabilità

Regolarità

Certezza

Sentirsi utili

Avere degli obiettivi da perseguire

Poter scegliere

L'INSODDISFAZIONE PER I GIOVANI

Il sistema Italia

Accontentarsi

L'assenza di meritocrazia

Il non essere ascoltati

Il Senso di angoscia e oppressione a causa del Covid

Le (ancora presenti) differenze sociali ed economiche tra Nord-Sud

L'instabilità

L'assenza di certezze

Non sentirsi utili

I «TEMI CALDI» NEL MONDO DEL LAVORO

Formazione e Istruzione

Work life balance

Opportunità

Retribuzione

Meritocrazia

Sviluppi di carriera

Agilità

Flessibilità

Turn Over lavorativi

Scoperta talenti nascosti

Scoprire «risorse personali» nascoste

I Need

I BISOGNI DEI GIOVANI NEL MONDO DEL LAVORO: ESEMPI DI MODELLI AZIENDALI DI RIFERIMENTO

I BISOGNI

Know how e competenze

Stage e formazione continuativa interna ed esterna

Percorsi di consapevolezza aziendale

Comprendere capacità e limiti lavorare su questi ultimi ai fini di un miglioramento costante

Tutor & Onboarding

Una persona o un gruppo che si occupa della crescita e del passaggio delle competenze

Relazioni & Clima

Avere relazioni costruttive con il Capo e i colleghi per lavorare in un clima sereno e soddisfacente

Job rotation

Per lo sharing delle competenze, per tenere sempre attive e dinamiche le persone sollecitate da nuovi stimoli, e scoprire skill e talenti nascosti.



AZIENDE WOW

- Hanno sale relax e di condivisione
- Piani strutturati per la crescita di carriera
- Stipendi in linea con il mercato
- Dirigenza di cui si parla bene
- Orientate al benessere delle persone
- Eventi di beneficenza
- Numero 24h/24h, counselor personale a disposizione per supporto psicologico
- Benefit aziendali

...hanno, anche, una forte "componente digitale"!



Customer Management

PUNTI DI FORZA E DEBOLEZZA: LE ASSOCIAZIONI MENTALI NEGATIVE E POSITIVE

STRENGTH



TEAM
FORMICAIO

RELAZIONE



ARNIA con API
CURA

WEAKNESS



PREGIUDIZIO **REPUTAZIONE**
INCERTEZZA **MERITOCRAZIA**
PRECARIATO ECONOMICO



Customer Management

UN TEMA CALDO

Pregiudizio sociale, non conoscenza..

"...fuori non sanno cosa vuol dire il nostro lavoro, a differenza degli altri lavori, perchè da piccolo si cresce sapendo cosa vuol dire fare l'avvocato, fare il dottore, fare lobby dell'insegnante... Il nostro lavoro non viene spiegato, raccontato. Non è conosciuto!"

**STEREOTIPO E
PREGIUDIZIO**

*"Io quando sono andata nei call center **mi immaginavo quelle postazioni una vicino all'altra, tutte quante ammassate**"*

Brainstorming

GOAL

GOAL

***ABBATTERE I PREGIUDIZI
SCARDINARE E SUPERARE
I PRECONCETTI ESISTENTI***

...Come?



Brainstorming

E COME? QUALI INIZIATIVE?

1. USCIRE nelle PIAZZE, FARSI CONOSCERE nelle SCUOLE; UNIVERSITÀ, nelle AZIENDE; nei CENTRI DI IMPIEGO AL LAVORO

Es. Tour tra le scuole e le principali istituzioni scolastiche universitarie.
...da domani il comparto va in università e tiene il corso di customer management.

2. LAVORARE sulla ESCLUSIVITA'

...far capire che non è un lavoro per tutti, lo rendi desiderabile.
Es. allargare la ricerca delle persone...se servono skills ci si può permettere di trovarle anche più «distanti» e non solo nel bacino di riferimento vicino

KEYWORDS

*Andare in piazza!
Esclusività*



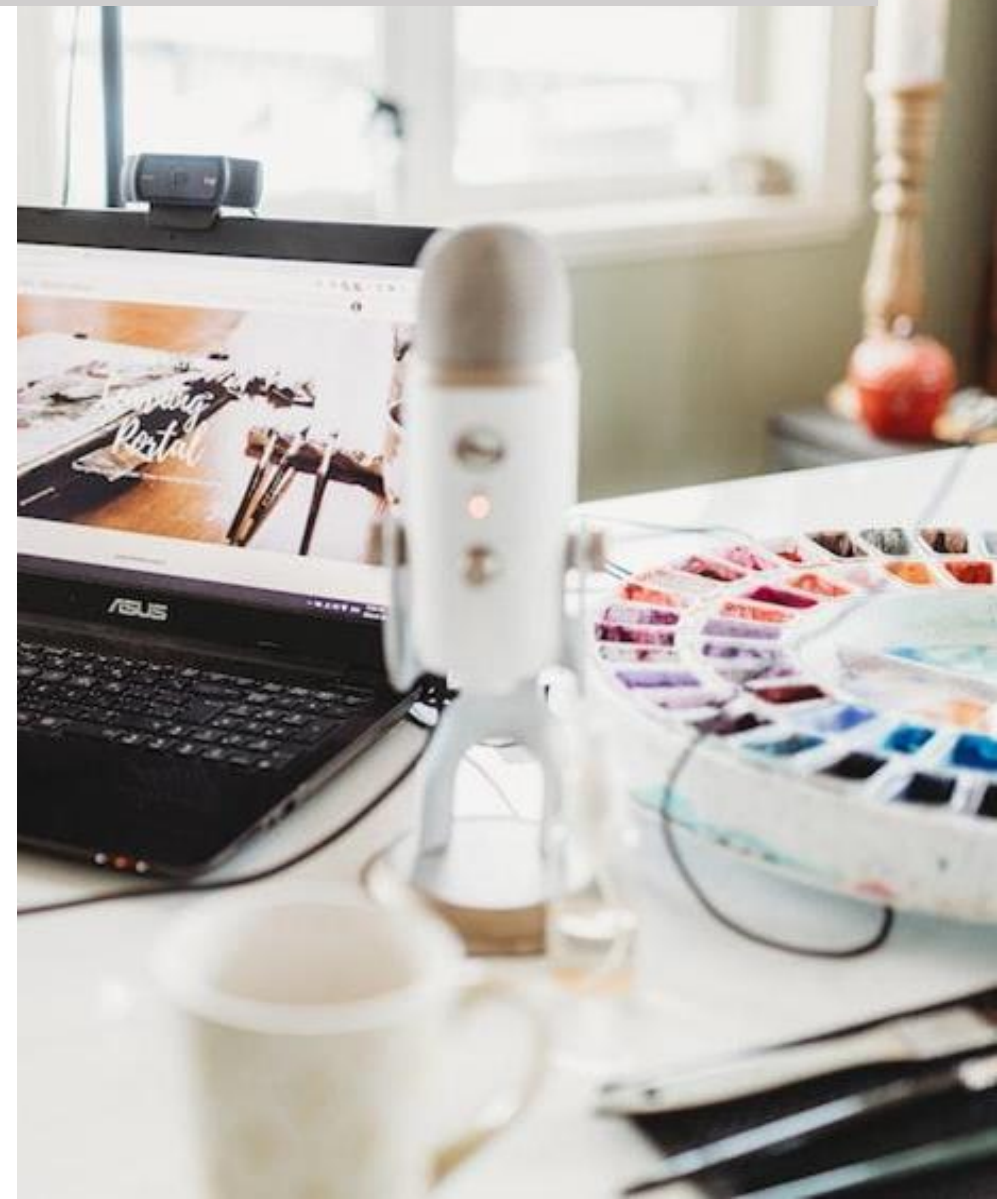
Brainstorming

E COME? QUALI INIZIATIVE?

- 4. LAVORARE su WEBSITE dell'AZIENDA**
del comparto...in modo da renderla più accattivante
Es. ripensare agli annunci per la ricerca di un profilo;
- 4. FAR EVOLVERE i PROPRI DIPENDENTI da dipendenti a INFLUENCER,**
dedicando loro l'attenzione giusta... Fornire al dipendente dei feedback;
dare la possibilità di cambiare mansione, ..prevedere uno spazio online per
raccolta recensioni/ commenti.
- 4. Puntare sui NUOVI STRUMENTI di LAVORO**
intelligenza artificiale, innovazione tecnologica

KEYWORDS

*Web
Influencer
Nuovi linguaggi/nuovi strumenti*



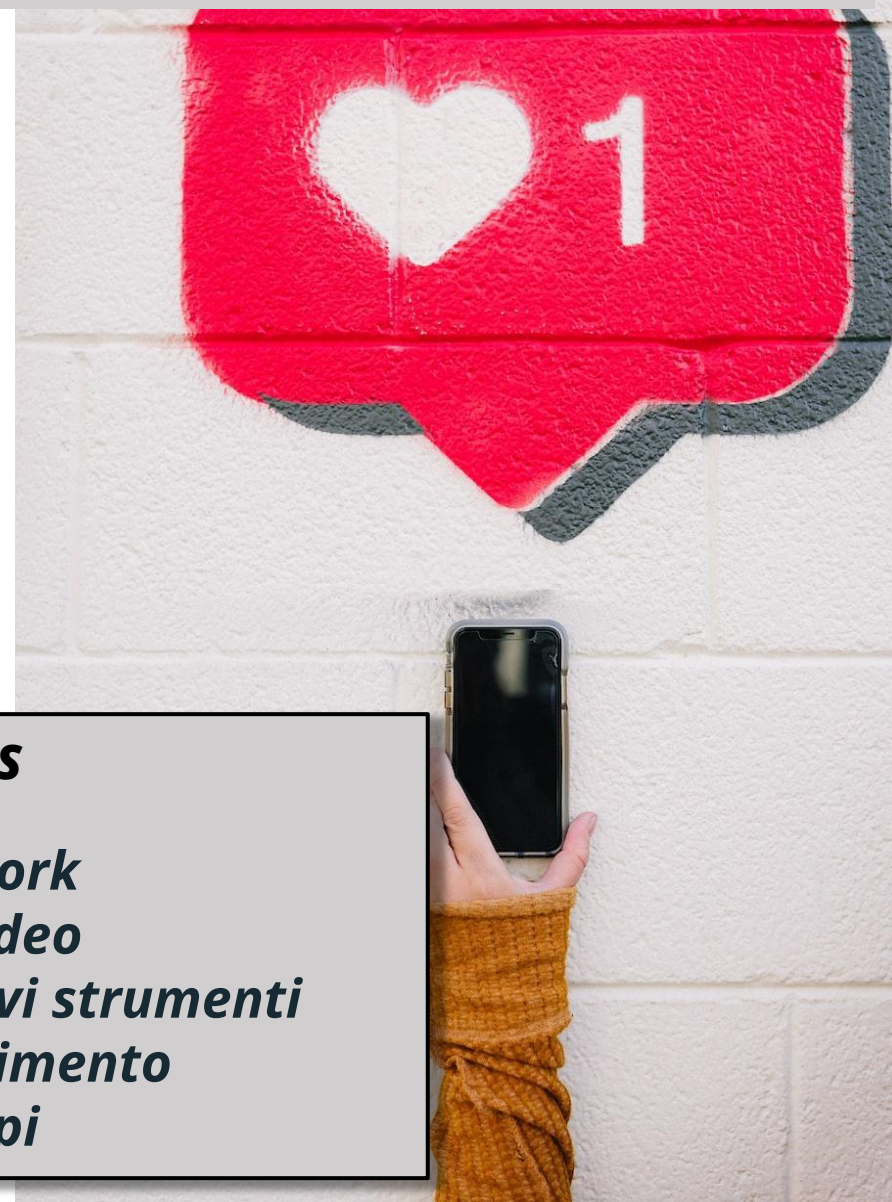
Brainstorming

E COME? QUALI INIZIATIVE?

- 7. Sfruttare la comunicazione diretta/real dei «SOCIAL NETWORK»**
..strizzare l'occhio al mondo social o utilizzare il mondo social per raggiungere i giovani
- 7. VIDEO VIRTUAL TOUR**
Es. tour virtuali dove mostrano i compartimenti, le sedi ad esempio.
Es. tour che mostrerebbe personalmente la mia azienda come situata e organizzata
- 7. Iniziative di GAMING** l'idea del gaming, per cui hai un personaggio guida, ti puoi immedesimare un pochino.
Gaming di avatar/ realtà aumentata gaming - videogioco
- 7. Sfruttare l'immagine positiva dell'ALVEARE**
delle Api laboriose, delle Api gruppo..

KEYWORDS

Social network
Forza dei video
Nuovi linguaggi/nuovi strumenti
Gaming/ divertimento
Alveare/api



Brainstorming

E COME? QUALI INIZIATIVE?

11. Iniziative di «Challenge interne»

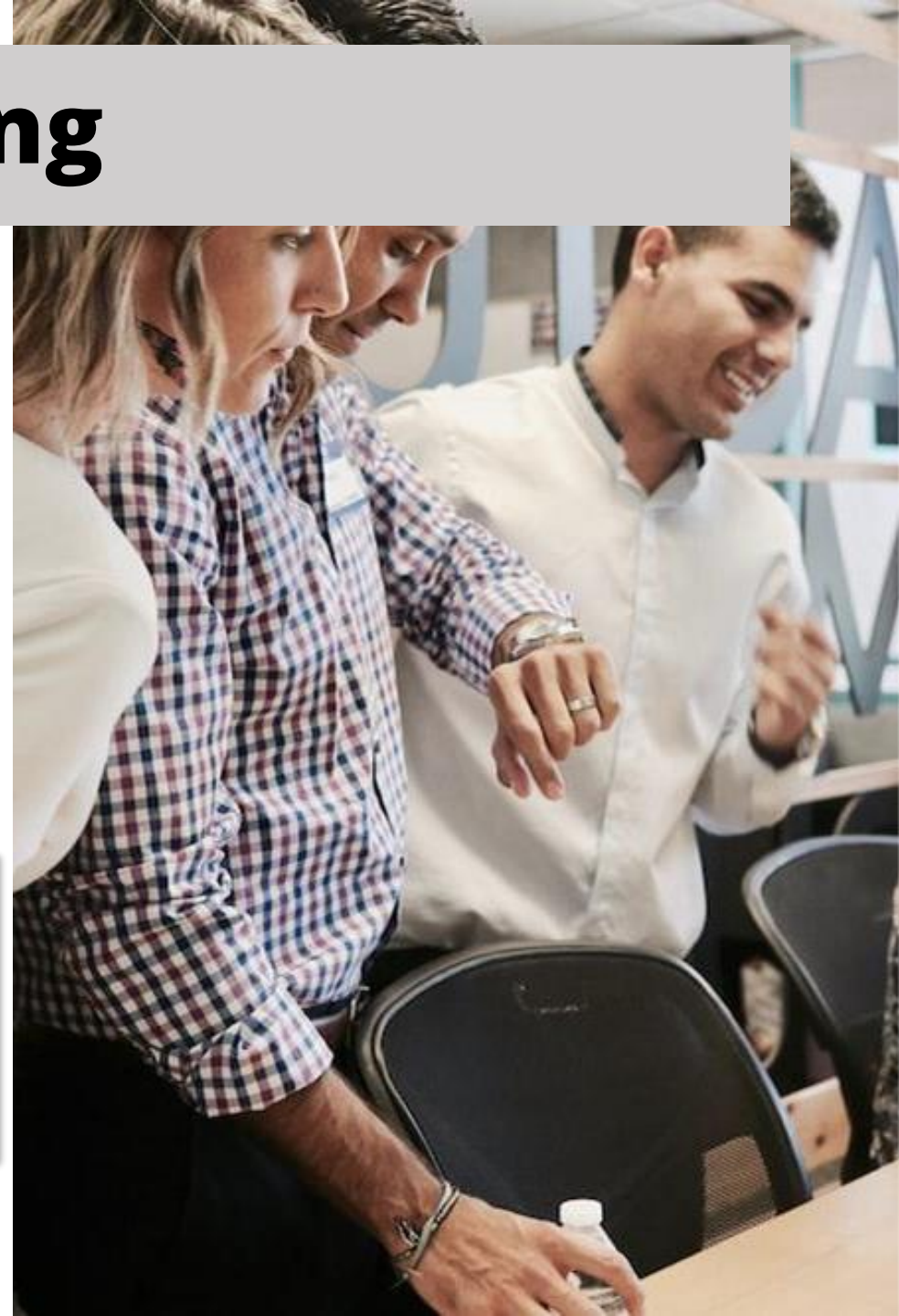
Es. Organizzare un progetto, una sfida, degli obiettivi da raggiungere «es. il progetto l'analisi migliore, poi, se vinci, affianca per un mese il l'amministratore delegato in tutte le sue attività!»

11. Coinvolgimento e partecipazione dei singoli

Es. Far partecipare in riunioni con il cliente, sentirsi presi in considerazione,

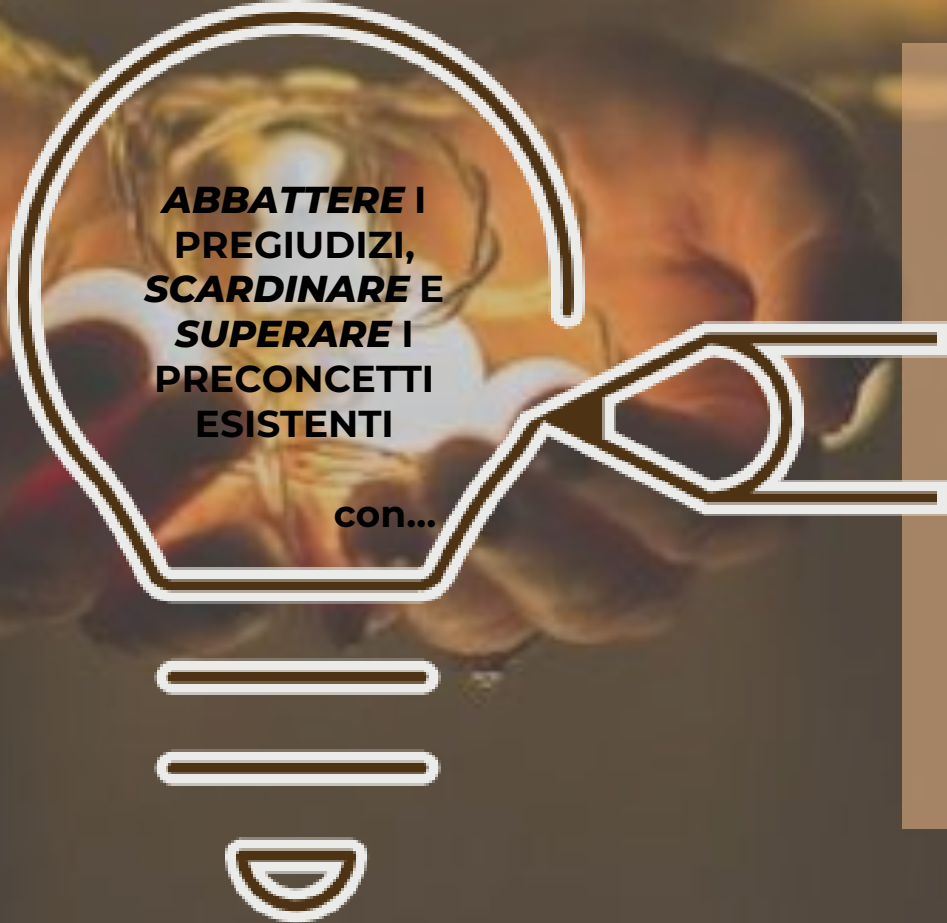
KEYWORDS

*Coinvolgimento
Umanità
Essere «live»*



Soluzione e Strumento

GLI INGREDIENTI



**ABBATTERE I
PREGIUDIZI,
SCARDINARE E
SUPERARE I
PRECONCETTI
ESISTENTI**

con...

- **Tecnologia abilitante** (SMARTPHONE e QR CODE/)
- **Linguaggio** (IMMAGINI e VIDEO) e **tool social** (INSTAGRAM)
- **Immediatezza e velocità nella comunicazione**
- Elementi di **sorpresa e divertimento** (tone of voice coinvolgente)
- **Coinvolgimento "dal basso"** (I GIOVANI nelle PIAZZE, i neodiplomati, i ragazzi al primo impiego) **ma anche credibilità e autorevolezza dall'alto"** (ATTIVAZIONI DELLE ISTITUZIONI, ENTI FORMATIVI, ENTI PER IMPIEGO, UNIVERSITA')
- **Presa di coscienza** (DOPPIE SOMMINISTRAZIONI di QUESTIONARIO CAWI)
- **Coinvolgimento attivo** (CALL to ACTION/ INVIO CANDIDATURE)

Soluzione e Strumento

LA COMPONENTE DIGITALE

SMARTPHONE

Alleato, prolungamento di noi stessi

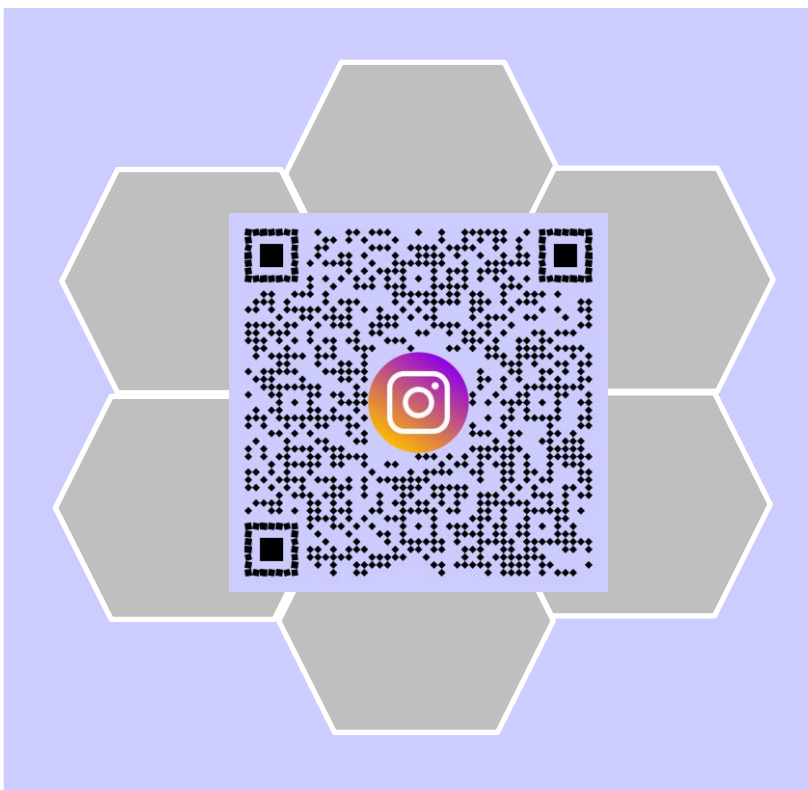
La componente tecnologica da cui tutto parte..



Soluzione e Strumento

GLI INGREDIENTI

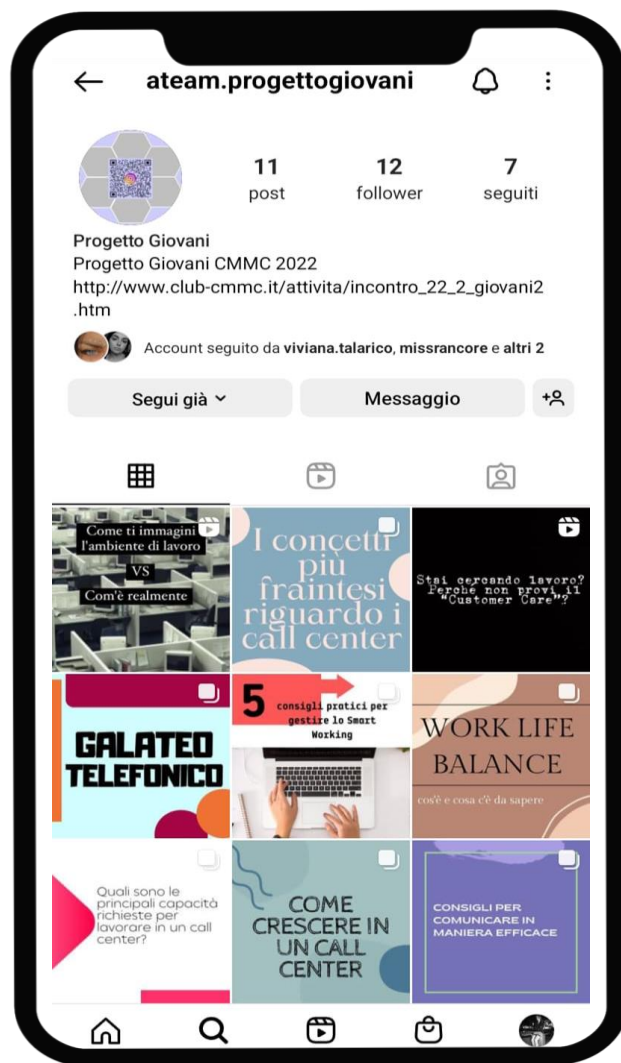
QR CODE



- **Posizionato nelle piazze, dove meno te lo aspetti, ma anche presso centri più istituzionali** (es. centri primo impiego, università..)
- Dalla **forma insolita, dovrebbe destare curiosità**
- **Un simbolo metaforico:** l'arnia, la laboriosità nell'alveare, sottolinea l'importanza che questi insetti hanno per tutto l'ecosistema! *"Ammirare il lavoro della api" "è anche un ottimo modo per comprendere l'importanza della collaborazione e dell'inserimento in un'organizzazione sociale ben strutturata, e del ruolo che anche la vita di una sola, piccola ape può avere nella salvaguardia dell'equilibrio di tutto il mondo".*
- Inquadrandolo si entra nell' «alveare»...

Soluzione e Strumento

GLI INGREDIENTI



PAGINA DEMO INSTAGRAM

- **Una pagina INSTAGRAM**
- Costruita per **superare gli stereotipi**, stimolare interesse, approfondire i temi legati al comparto
- Al suo interno ha **testimonianze e storie/ esperienze di vita** di chi lavora nel customer management (senso community/gruppo) ma anche influencer nel comparto (CMMC; AZIENDE PARTNER; LAVORATORI del COMPARTO capaci di dare autorevolezza e credibilità), contenuti formativi, pillole informative utili
- Un **«tone of voice giovane»**
- Per la **condivisione di KNOW HOW, SUGGERIMENTI, CONTENUTI DIVERTENTI**
- Per la raccolta di un «sentiment» su temi caldi/ attuali riguardanti il comparto
- Per instaurare un canale diretto di comunicazione con player autorevoli (es. CMMC)

Soluzione e Strumento

GLI INGREDIENTI



CONTENUTI INSTAGRAM

I cui contenuti vogliono lavorare su awareness, immagine e reputazione del comparto facendo superare lo stereotipo e il pregiudizio...

Immagini

Video

link utili (articoli, ricerche, ecc...)

Veloci survey

Il Test

IN CHE COSA CONSISTE? COME E' ARTICOLATO?

Survey 1 «il prima»

- **8 domande per mettere alla prova «l'idea di strumento digitale» da noi pensata...**
- Somministrate **via web/ mediante pagina INSTAGRAM** con «questionario CAWI autocompilato»/ format social

OB: raccogliere il pregiudizio

Esposizione contenuti INSTAGRAM

Survey 2 «il dopo»

- **2 domande per rilevare il cambio di mindset/ opinione**
- Somministrate **via web/ mediante pagina INSTAGRAM** con «questionario CAWI autocompilato»/ format social

OB: presa di consapevolezza del proprio pregiudizio + call to action

Survey 1

STEP 1

Progetto Giovani 1° Survey

Ciao!

Ti chiedo 3 minuti massimo del tuo tempo per partecipare a una veloce ricerca in tre fasi

1. Rispondi a queste 8 domande: shorturl.at/jLUX8
2. Fai un giro su questa pagina instagram: shorturl.at/hSTZ3 per immergerti in questo mondo, lasciarti sorprendere e scoprirne di più!
3. Rispondi a queste 2 domande finali: shorturl.at/jkoR7

Quanti anni hai?

- 16-19
- 20-24
- 25-30
- 31 o più

Se pensi al settore del "Customer Management" (Tutti quei lavori che fare con la gestione dei clienti nei Call Center) quali sono i primi aggettivi che ti vengono in mente?

Scrivi da 3 a 5 parole

La tua risposta

Quanto ti piacerebbe lavorare in un call center?

- Per niente
- Poco
- Abbastanza
- Molto

Con quale probabilità ritieni che nel comparto dei call center possa lavorare questa persona?



- Bassa
- Alta

Con quale probabilità ritieni che nel comparto dei call center possa lavorare un consulente di carriera?

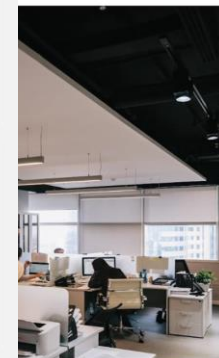
- Alta
- Bassa

Con quale probabilità ritieni che nel comparto dei call center possa lavorare un laureato in lingue?

- Alta

Con quale probabilità ritieni che nel comparto dei call center possa lavorare un esperto di sviluppo software?

Con quale probabilità ritieni questo essere un ambiente di lavoro tipico di un call center?



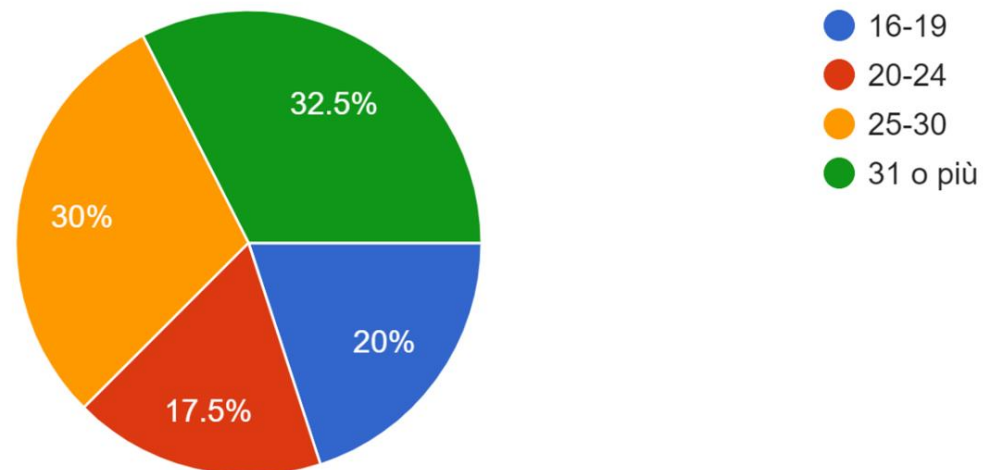
- Alta
- Bassa

Survey 1

QUESITO 1

Somministrazione questionario ad
un target eterogeneo di **40**
soggetti

Quanti anni hai?



Survey 1

QUESITO 2

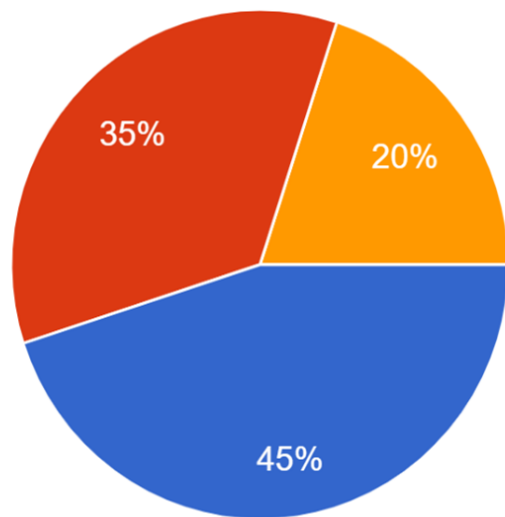
Se pensi al settore del "Customer Management"
(Tutti quei lavori che hanno a che fare con la gestione dei clienti es. Call Center) quali sono i primi
aggettivi e le prime parole che ti vengono in mente?



Survey 1

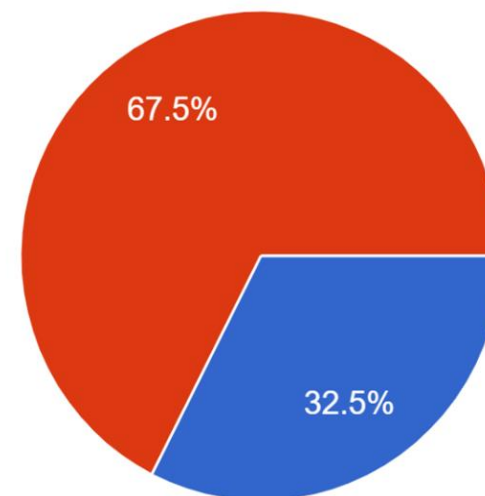
QUESITO 3 e 4

Quanto ti piacerebbe lavorare in un call center?



- Per niente
- Poco
- Abbastanza
- Molto

Con quale probabilità ritieni che nel comparto dei call center possa lavorare questa persona?



- Bassa
- Alta

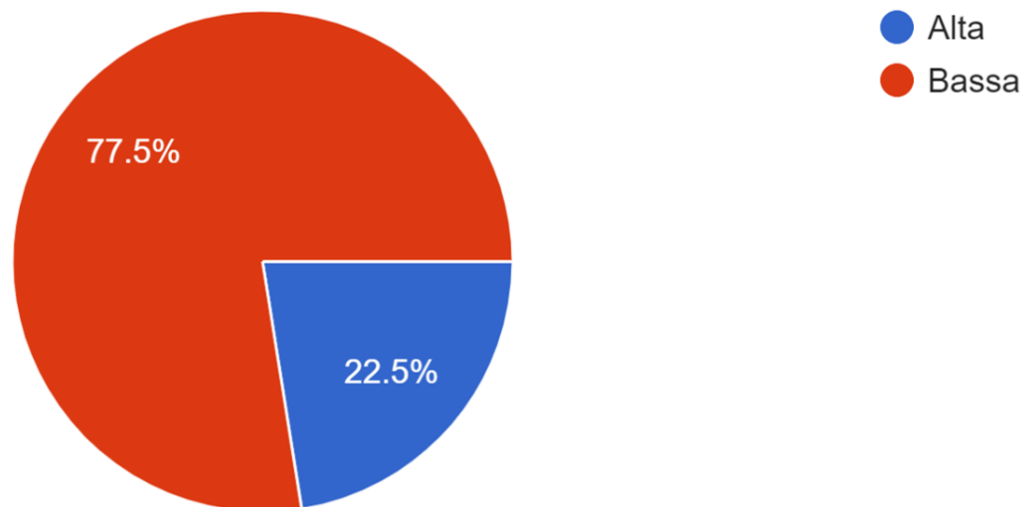


*Base 40 casi

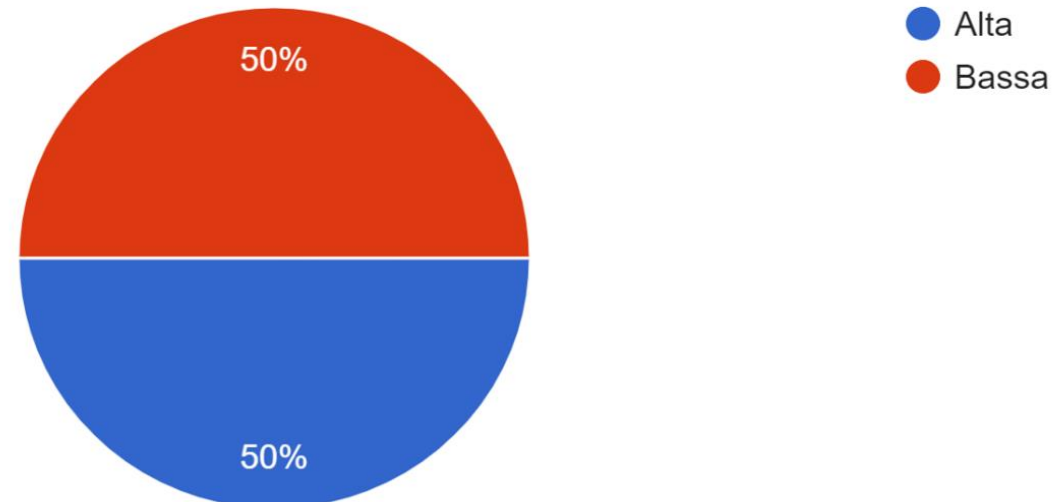
Survey 1

QUESITO 5 e 6

Con quale probabilità ritieni che nel comparto dei call center possa lavorare un «consulente di carriera»?



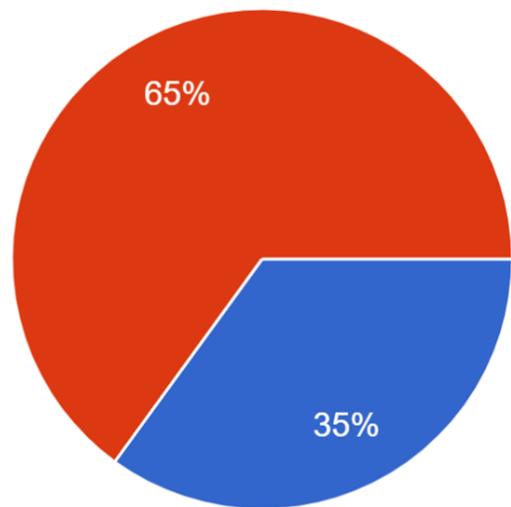
Con quale probabilità ritieni che nel comparto dei call center possa lavorare un «laureato in lingue»?



Survey 1

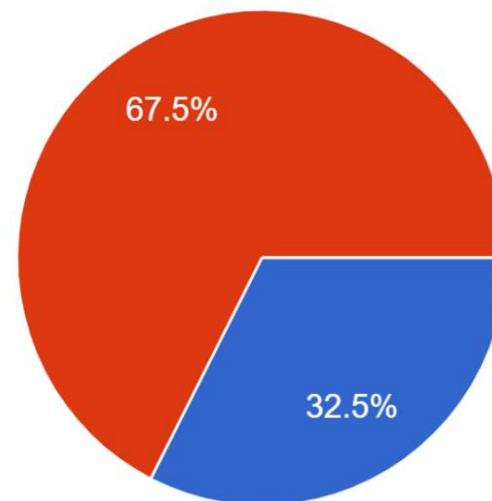
QUESITO 7 e 8

Con quale probabilità ritieni che nel comparto dei call center possa lavorare un professionista «esperto di sviluppo software»?



● Alta
● Bassa

Con quale probabilità ritieni questo ambiente, un ambiente di lavoro tipico di un call center?



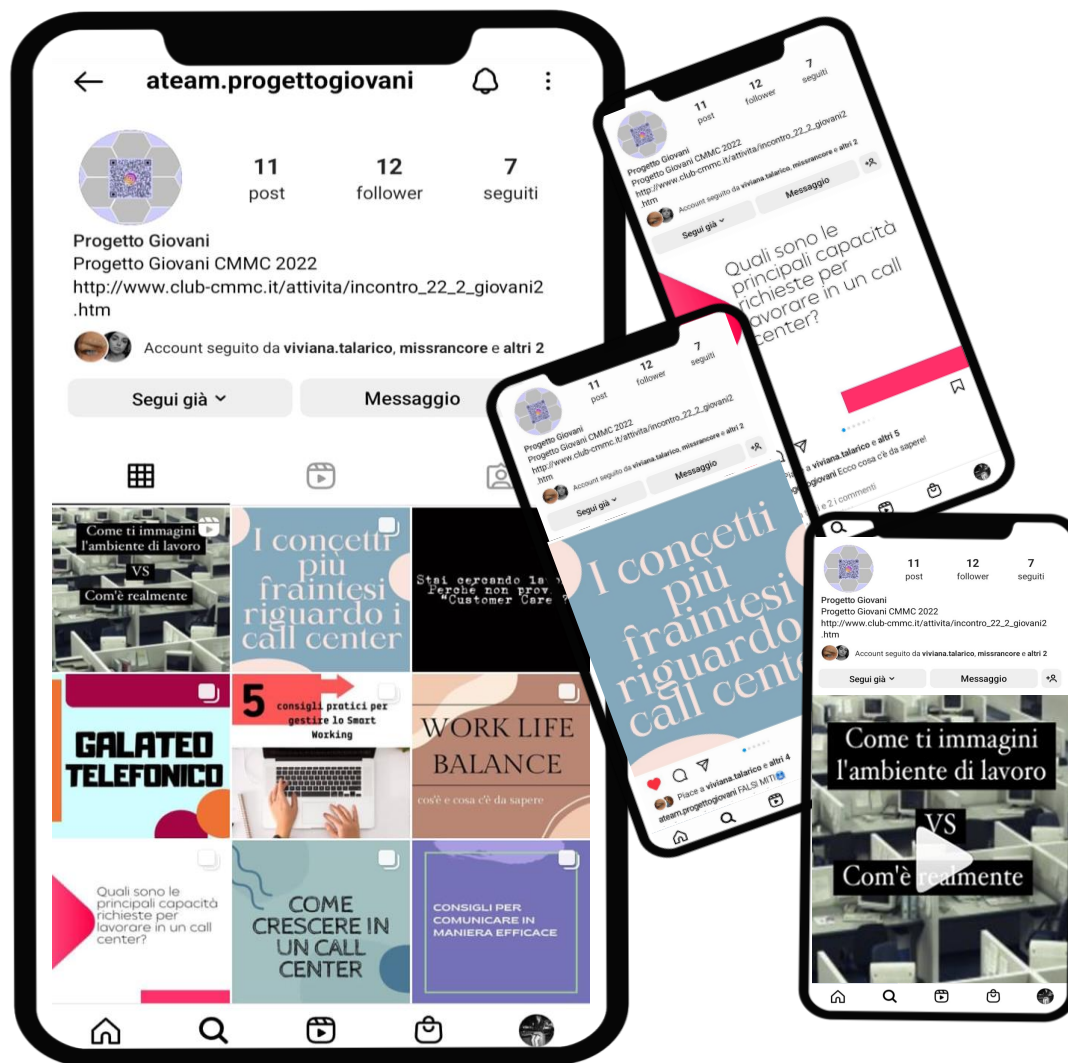
● Alta
● Bassa



*Base 40 casi

ESPOSIZIONE AI CONTENUTI

STEP 2



CONTENUTI INSTAGRAM

Per...

- Sorprendere
- Incuriosire

*Base 40 casi

Survey 2

STEP 3

Progetto Giovani 2°
Survey

[Accedi a Google](#) per salvare i risultati raggiunti.
[Scopri di più](#)

Ora che hai visto/letto i nostri contenuti instagram,
se pensi al settore del "Customer Management" (Tutti quei lavori che hanno a che fare con la gestione dei clienti es. Call Center) quali sono i primi aggettivi e le prime parole che ti vengono in mente?

Scrivi da 3 a 5 parole

La tua risposta

Progetto Giovani 2°
Survey

[Accedi a Google](#) per salvare i risultati raggiunti.
[Scopri di più](#)

Ora che hai visto/letto i nostri contenuti instagram, quanto ti piacerebbe lavorare in un call center?

- Per niente
- Poco
- Abbastanza
- Molto

Survey 2

QUESITO 1

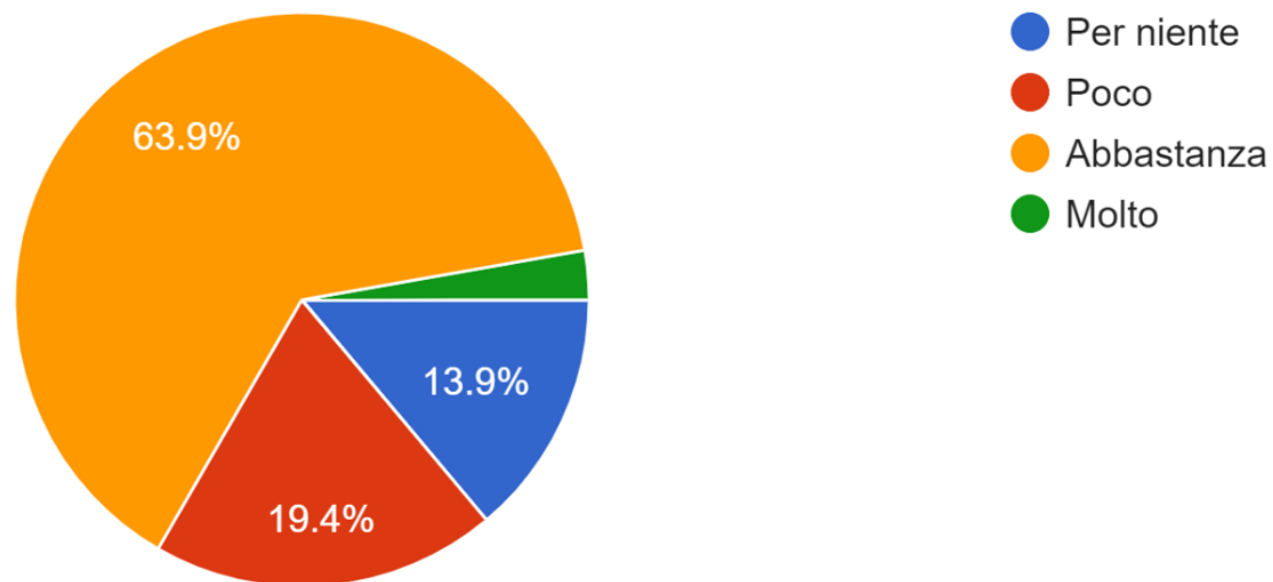
Ora che hai visto/letto i nostri contenuti instagram, se pensi al settore del "Customer Management" (Tutti quei lavori che hanno a che fare con la gestione dei clienti es. Call Center) quali sono i primi aggettivi e le prime parole che ti vengono in mente?



Survey 2

QUESITO 2

Ora che hai visto/letto i nostri contenuti instagram, quanto ti piacerebbe lavorare in un call center?

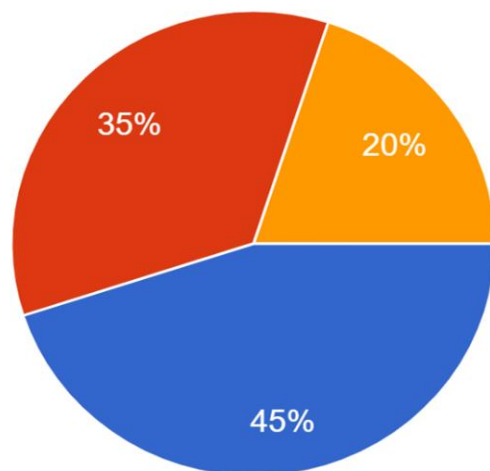


Dati a confronto

COME CAMBIA LA RISPOSTA ALLA STESSA DOMANDA DOPO L'ESPOSIZIONE AI CONTENUTI INSTAGRAM?

SURVEY 1

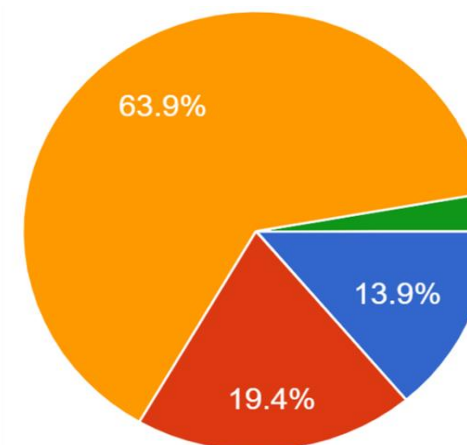
Quanto ti piacerebbe lavorare
in un call center?



- Per niente
- Poco
- Abbastanza
- Molto

SURVEY 2

Ora che hai visto/letto i nostri contenuti
instagram, quanto ti piacerebbe lavorare
in un call center?



Conclusioni


What's next?

- Dare importanza al fattore umano (persone, relazioni sociali, team)
- Puntare sulla professionalità del comparto
- Far vedere in pratica il lavoro; trasportare nel «luogo»
- Sorprendere
- Parlare il linguaggio dei giovani, sfruttare i canali di comunicazione dei giovani
- Sfruttare il canale INSTAGRAM

Alcuni esempi...

- Sfruttare INSTAGRAM per coinvolgere (es. invio candidature; partecipazione a eventi CMMC; link per approfondimento; webinar dedicati; «challenge» organizzate tra diverse aziende del comparto)
- Creare sinergie tra canali (es. rimando ad una selezione di eventi formativi di CMMC)
- Approdare e dar vivere il customer management nel METAVERSO
- Sfruttare AUTOREVOLEZZA di CMMC, del suo sito, dei contenuti erogati
- Sfruttare SONDAGGI INSTAGRAM per raccolta sentiment

THE
JOURNEY
IS ON



Grazie per l'attenzione!

Ambasciatori
progetto **Giovani** 