

Presentazione Progetto GIOVANI CMMC

Gruppo GAAG

7 ottobre 2022



1. Il Gruppo



I Giovani Ascoltano, Agiscono e Generano

- Ascoltare: la base delle relazioni
- Agire: non solo osservare, ma essere parte attiva del contesto in cui mi trovo
- Generare: produrre idee e valore nella sostenibilità propria, del team e dell'organizzazione

Ambasciatori
progetto **Giovani** 

1. Il Gruppo

Ambasciatori
progetto **Giovani** 



Laura Doro

28 anni, Padova

Customer Support Specialist presso Randstad SpA
Ex Banking Specialist (operatrice di call center inbound presso istituto bancario)

Studentessa di Psicologia

Mamma di Lorenzo

Punti di forza: abilità nel riciclare foto del 2016

Punti deboli: la miopia che mi fa scrivere strafalcioni con il font 10



Federica Vaglio Ostina

29 anni, Biella

Addetto Customer Service presso Getaline ecomm solutions

Laureata in Management & Finanza: curriculum risorse umane

Punti di forza: andare a lavorare a piedi (ho solo 5 minuti di strada)

Punti deboli: non riuscire mai a sorridere nelle foto



Chiara Lacirignola

28 anni, Lecce

Addetto al Customer Service presso Transcom Worldwide Italy spa

Punti di forza: essere passata dalla ricerca del sacro Graal alla ricerca del Sacro client

Punti deboli: collezionare appunti sulla scrivania come reperti archeologici



Carlotta Amoruso

27 anni, Biella.

Quotations Specialist in Mondoffice.

Punti di forza: Sorridere nei momenti di sclero

Punti deboli: rischiare di avere le coliche pur di sorridere nei momenti di sclero



Nicole Bosatelli

25 anni, Bergamo

Customer Excellence Specialist presso Schneider Electric SpA

Laureata in Economics and Data Analysis

Punti di forza: passo la vita a prendere appunti

Punti deboli: devo dormire almeno 9 ore a notte



Martina Flamini

27 anni, Roma

Customer Service Agent presso Dhl Express Italy Sll

Punti di forza: ricordo tutto, anche quello che ho mangiato a Natale del '98

Punti deboli: la mia scrivania è una dispensa di schifezze

2. Le Attività – Gli obiettivi

- Aumentare attrattività e retention della funzione customer management
- Sfruttare l'occasione per mostrare un nuovo volto del settore
- Rafforzare la qualifica della figura nella complessità attuale
- Ascoltare i giovani e conoscere il loro percepito rispetto alla loro mansione



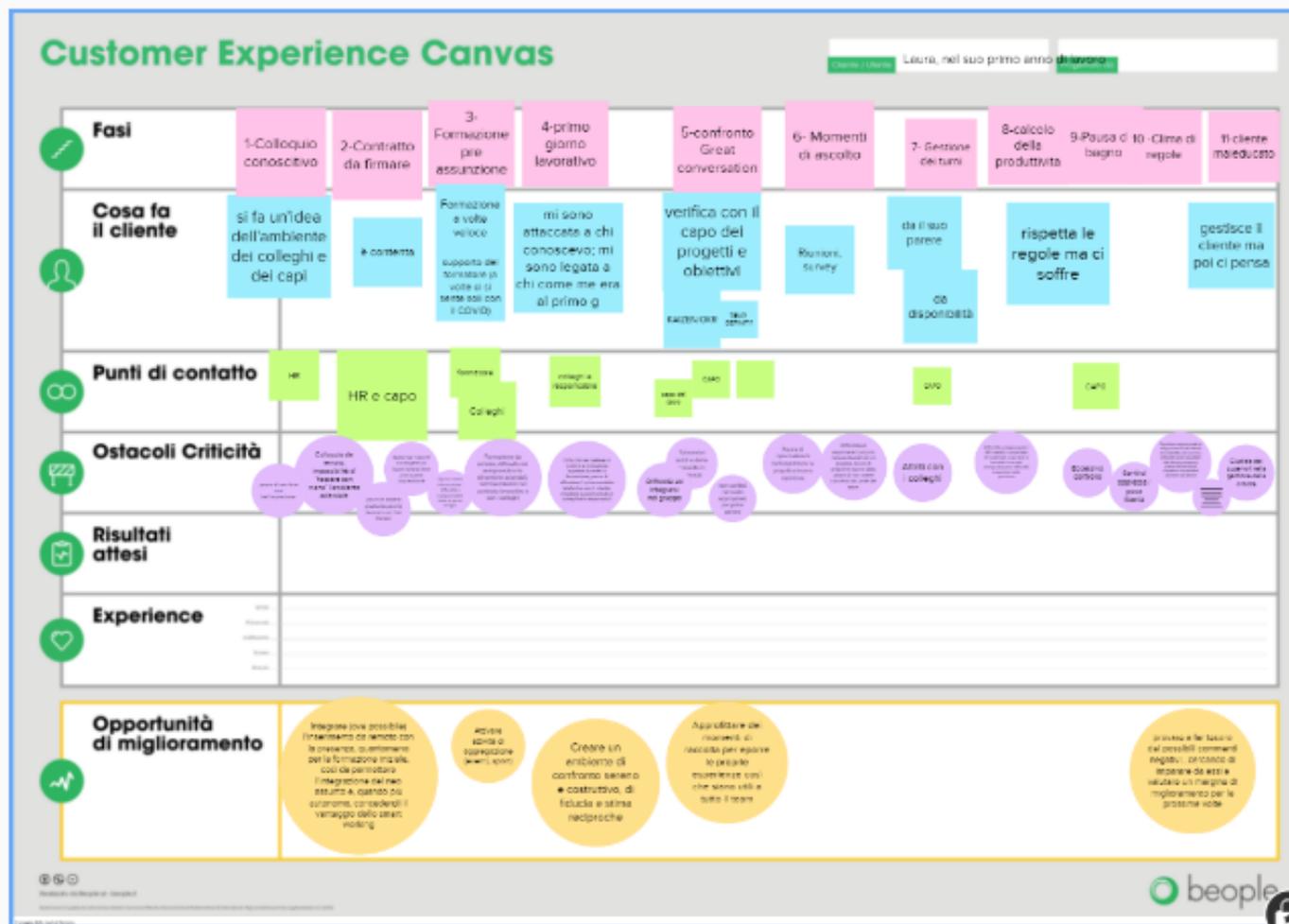
Utilizzando un metodo che sia utile anche in futuro per generare idee e prototiparle.

2. Design Thinking – il metodo e i tempi



Lo sguardo che abbiamo utilizzato è stato quello di metterci nei panni di un'operatrice di CC e comprendere cosa potrebbe esserle utile per "credere" nel ruolo, sentirsi maggiormente ingaggiata e fare da ambasciatrice.

2. Le Attività – DEFINIRE



11 fasi che segnano il percorso della persona in azienda e che inevitabilmente influiscono sul suo stato d'animo e sulla sua produttività. Emergono chiaramente alcuni temi quali **l'importanza della formazione, il «non sentirsi soli» e un bisogno di riconoscimento del proprio ruolo dentro e fuori l'azienda.**

Ambasciatori
progetto **Giovani**

2. Le Attività – IDEARE

Gli insight della fase precedente sono stati oggetto di creatività

Costruire
un on
boarding
adeguato

Come possiamo
rendere visibile
le competenze
che si
acquisiscono in
questo lavoro?

Come possiamo
manutenere delle
relazioni umane
all'interno di
questo ambiente
produttivo?

Maggiore autonomia
nella gestione dei
turni e del lavoro
(dove autonomia è
sinonimo di libertà ma
soprattutto di
responsabilità)

59 idee che sono state successivamente votate!!

[IdeaBoardz - Come fare per](#)

[IdeaBoardz - Come possiamo rendere visibile le competenze che si acquisiscono in questo lavoro?](#)

Ambasciatori
progetto **Giovani** 

2. Le Attività – IDEARE

- a. **On boarding sul metaverso** – “tour aziendale” (promozione di azienda e di ruolo) – abbiamo immaginato di essere un’azienda che assume operatori e abbiamo impostato un mini tour. Il nostro obiettivo da testare era la facilità di progettazione e manutenzione e l’impatto del metaverso. All’interno si trova una descrizione del ruolo, un benvenuto e un piano (base) di formazione. – *Federica + Nicole*
- b. **Testimonianze di altri operatori senior** – esempi di interviste a colleghi senior che possono essere usati sia per l’on boarding (per non fare sentire soli i nuovi arrivati) sia all’esterno (ad esempio in Recruiting Day e University Open Day) per raccontare il volto di chi il mestiere lo fa ed è contento. Potrebbe essere anche il modo di fare un podcast su questo ruolo! - *Martina + Chiara*
- c. **Questionario anonimo di Clima** – capire il clima in azienda e condividere idee e criticità, per garantire una misurabilità del clima in CC a favore di relazioni umane – *Laura e Carlotta*

2. Le Attività – IDEARE

Altre idee rilevanti che sono emerse:

- **Progetti multisettoriali specifici per favorire l'innovazione:** che significa allenare i giovani a una comunicazione aperta e a una proattività costante
- **Incontri università e scuole:** raccontare il senso di ruolo e promuoverlo, attraverso gli strumenti del podcast, on boarding, ecc.
- **Badge per competenze:** allenare le competenze senza far diventare competitivo l'ambiente
- **Spingere all'autonomia** utilizzando le best practice di settore
- **Progetti multisettoriali sostenibili** (che risponde a una necessità valoriale importante dei post millenials, di essere parte di qualcosa di ampio e significativo per l'ambiente e il mondo)

2. Le Attività – PROTOTIPARE

VISITA VIRTUALE! BUON VIAGGIO!

3. IL TEST - VALIDARE

Campione di studenti universitari

Set di domande

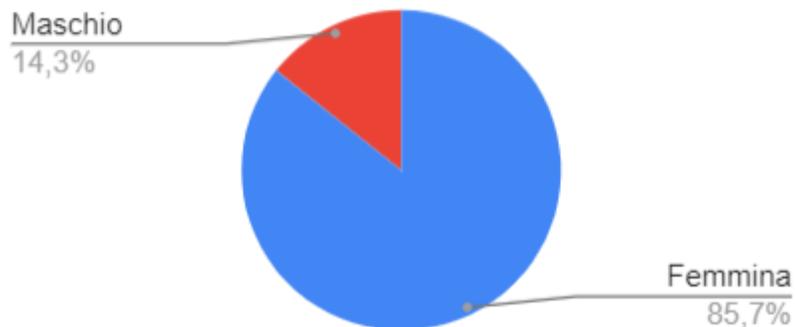


Navigazione nel tour virtuale

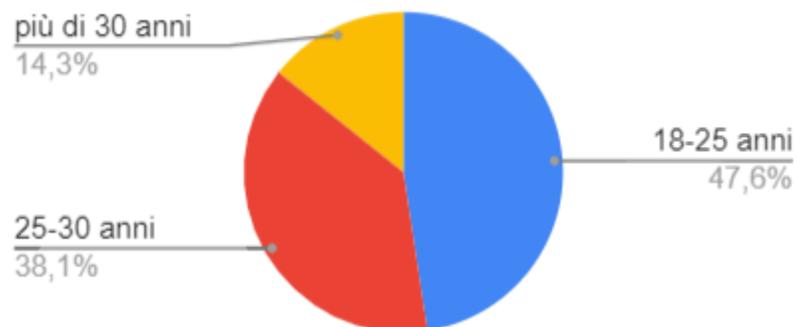


Refocusing sulle risposte

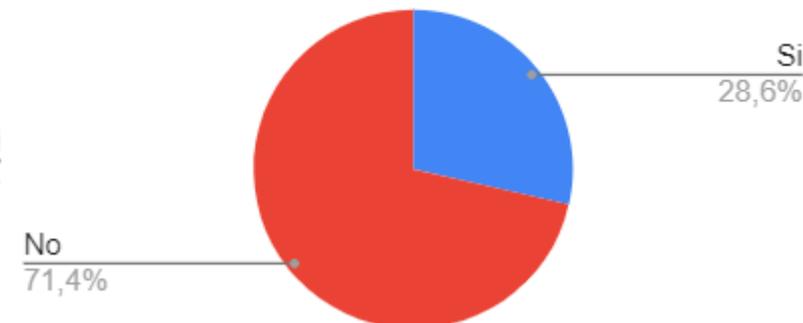
Sesso



Età

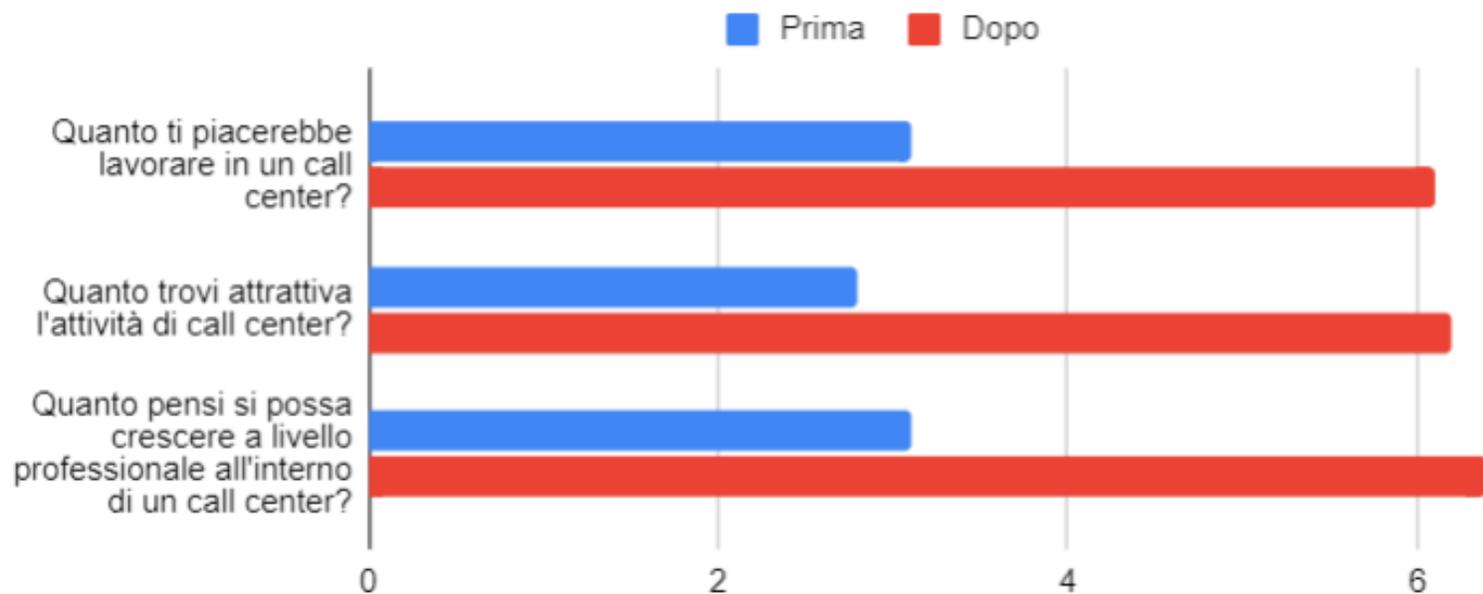


Hai mai lavorato in un call center?



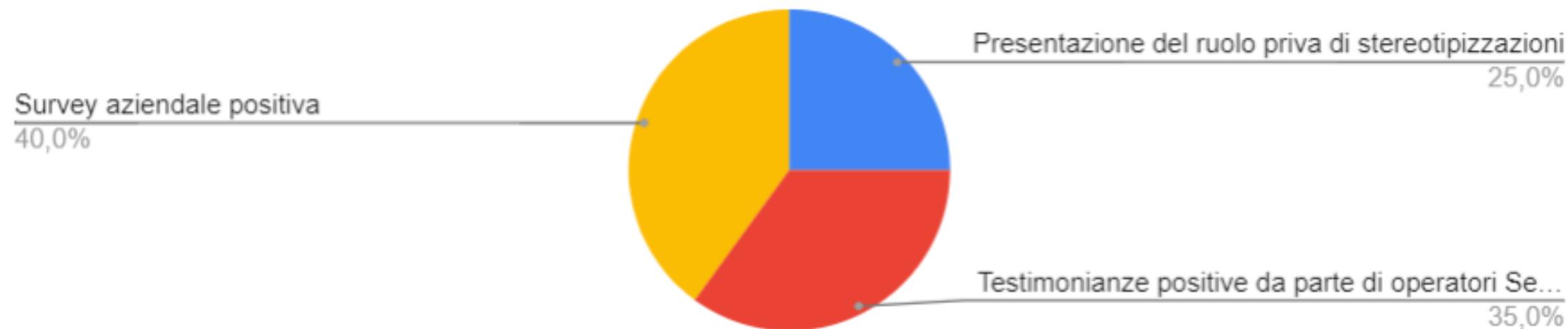
3. IL TEST - RISULTATI

Quanto ti piacerebbe lavorare in un call center?	Quanto trovi attrattiva l'attività di call center?	Quanto pensi si possa crescere a livello professionale all'interno di un call center?
+3	+3,4	+3,3



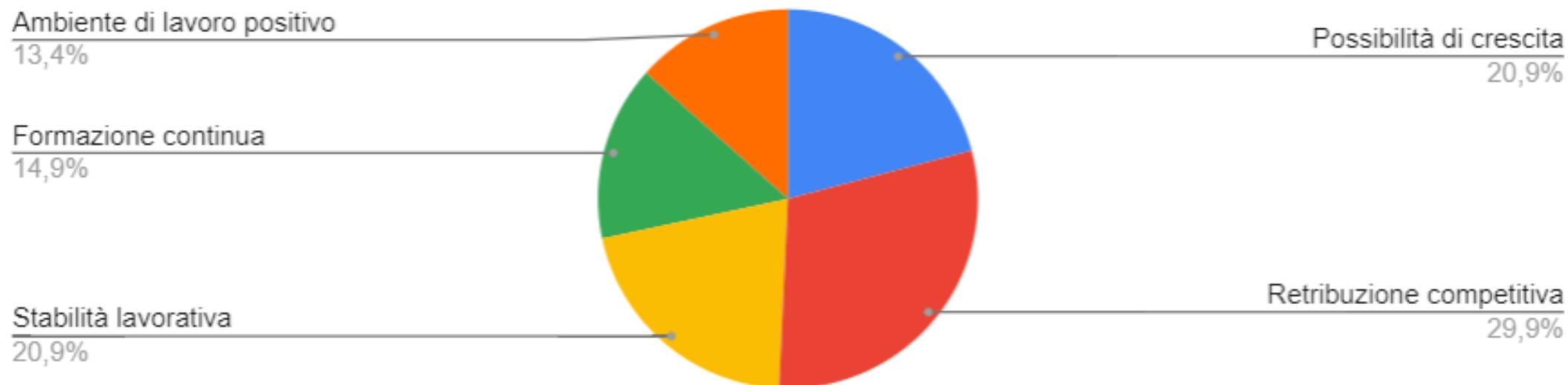
3. IL TEST - RISULTATI

Qualora la tua opinione fosse cambiata in positivo, quali elementi del tour hanno contribuito a migliorare la tua valutazione?



3. IL TEST - RISULTATI

Quali altri elementi contribuirebbero a rendere maggiormente attrattivo per te il ruolo di Operatore di Call Center?



IN CONCLUSIONE

OBIETTIVO DI ATTRATTIVITA' E SENSO DI ORGOGLIO PER IL PROPRIO MESTIERE

On boarding accattivanti e che raccontino il ruolo (anche sostenendo la parte digitale e innovativa!)

Rendere evidente la formazione

Creare degli “ambasciatori”

Rendere noti i possibili sviluppi del ruolo in azienda

Sostenere la narrazione di senso di ruolo per coltivare un senso di appartenenza e di consapevolezza

OBIETTIVO DI RETENTION E SENSO DI ORGOGLIO PER IL PROPRIO MESTIERE

Accompagnare con i senior e rendere i senior gli ambasciatori del ruolo

Sviluppare autonomia, spingendo a spazi di responsabilità e di co-partecipazione

Work life balance, ricordando che la generazione Z crede alla sostenibilità sociale e sistemica

Progetti multisettoriali per coinvolgere i giovani

Diventare esperti nel proprio lavoro

Narrare tutto questo in modalità congruente al ruolo e alla generazione a cui ci stiamo rivolgendo!



NON TI INNAMORARE
MAI DI UN'**IDEA**.
SE NON FUNZIONA,
CE N'È SEMPRE,
SEMPRE, SEMPRE
UN'**ALTRA POSSIBILE**.

CHIP KIDD

**GRAZIE PER
L'OPPORTUNITA'
E PER AVERCI
ASCOLTATE!!**

Ambasciatori
progetto **Giovani** 