

# SOCIAL LEARNING: INNOVARE LA FORMAZIONE IN BANCA TRAMITE STRUMENTI SOCIAL

Community e spazi sociali ben si affiancano e si integrano con programmi e strumenti di formazione aziendale tradizionale, creando le Social Learning Platform. L'obiettivo è quello di dotare i dipartimenti HR di servizi online che permettano ad organizzazioni, anche complesse, di avere uno strumento agile, versatile e innovativo che renda possibile l'instaurazione di formati emergenti per la diffusione delle conoscenze aziendali, la creazione di comunità di pratica, lo scouting di talenti e, lo sviluppo della identità aziendale. L'intento è quello di riuscire ad affiancare e far convivere "formal" e "informal" training, implementando quindi il modello "70:20:10", in cui si sostiene che il bagaglio formativo di una persona provenga per il 70% da attività ed esperienze dirette, per il 20% grazie a contatti e interazioni con altre persone e per il 10% grazie alla formazione formale in senso stretto.

I Social Network si sono ormai affermati come efficaci strumenti di comunicazione, espressione e interazione fra le persone di differenti generazioni, sia nella vita privata, che in quella professionale. Uno degli aspetti fondamentali, che permette ad una azienda di crescere e di efficientare i processi, passa indubbiamente dal sapere e dalla esperienza che le persone dell'azienda portano con sé nel proprio bagaglio e, che vengono messe a disposizione dell'organizzazione.

In quest'ottica, ricopre un ruolo fondamentale la formazione aziendale che, con l'introduzione di emergenti modelli formativi e di strumenti di apprendimento, sta cambiando ma, in che modo? Le logiche di Social Networking sono applicabili anche in contesti formativi?

**MA IN CHE MODO? LE LOGICHE DI SOCIAL NETWORKING SONO APPLICABILI ANCHE IN CONTESTI FORMATIVI?** Indubbiamente, nell'accrescimento dell'esperienza che una persona compie nella propria carriera, risulta basilare il confrontarsi con i propri colleghi, riuscendo quindi a "sfruttare" l'esperienza sul campo delle persone con cui si ha occasione di interagire.

La teoria dell'apprendimento sociale (Social Learning) si è sviluppata a partire dagli anni '60, grazie agli studi dello psicologo canadese Albert Bandura che mise in evidenza come l'apprendimento non implicasse esclusivamente il contatto diretto con gli oggetti, ma avvenisse anche attraverso esperienze indirette, sviluppate osservando altre persone.

Esiste un paradigma denominato "Modello 70:20:10", derivante da una ricerca del Center for Creative Leadership (CCL) in North Carolina, dove si è evidenziato come, i progressi in termini di conoscenza siano prevalentemente riconducibili ai feedback ricevuti, agli errori commessi, alle osservazioni dei comportamenti altrui; in particolare, analizzando il bagaglio formativo di una persona:

- il 70% proviene da attività ed esperienze dirette, siano esse positive o negative (esperienza on-the-job)
- il 20% attraverso i contatti e le interazioni che si hanno con altre persone (formazione informale)
- il 10% grazie ai corsi svolti e alle letture indipendenti (formazione formale).

"Le organizzazioni hanno segnalato una riduzione fino al 75% dei costi di formazione attraverso l'introduzione del framework 70:20:10." (70:20:10 Forum 2013)

In ambito aziendale, questa teorica ripartizione subisce differenze sostanziali sia, fra i ruoli ricoperti da un lavoratore che, fra diverse tipologie di impresa; ad esempio, in una organizzazione agile e innovativa, una persona che ricopre un ruolo manageriale apprenderà in gran parte dalla pratica (le componenti "70" e "20") mentre, uno specialista junior, in un lavoro più consolidato e ripetitivo, necessiterà di un maggior apprendimento attraverso percorsi strutturati (la componente "10").

**IL CONTRIBUTO DI UN ENTERPRISE SOCIAL NETWORK.** Ma come un Enterprise Social Network dedicato alla formazione, ovvero uno spazio digitale a disposizione del personale aziendale, può aiutare e migliorare l'attuazione del modello 70:20:10?



Per quanto riguarda l'esperienza on-the-job ("70"), un Enterprise Social Network può indubbiamente facilitare la

condivisione di esperienze personali con l'intera learning community e può trasformare i dipendenti in mentori e tutor; la formazione informale ("20") può beneficiare dall'estensione della rete personale di colleghi oltre il singolo open space o dipartimento e, può consentire alle lesson learned, di circolare velocemente al di fuori dei confini dei singoli uffici; da ultimo, la formazione formale ("10") può essere resa disponibile grazie ad un sistema informatico che gestisca i "passaporti formativi" individuali, fornisca un accesso uniforme a differenti learning management systems e, cataloghi corsi presenti in azienda, introducendo anche il concetto emergente di corsi massivi online aperti a tutti (MOOC).

Un sistema informatico inoltre permette di tracciare facilmente tutte le attività svolte online e trasformare azioni ed esperienze in skill e competenze associate agli utenti, in questo modo si potranno individuare efficacemente le competenze presenti in azienda, ricercare gli esperti, individuare i talenti e studiare percorsi specifici per colmare eventuali gap formativi individuali o di gruppo.

**LA SFIDA DEL COINVOLGIMENTO DEL PERSONALE.** La sfida, quando si parla di Social in contesto aziendale, è quella di coinvolgere attivamente il personale aziendale nell'utilizzo degli strumenti di Social Enterprise. Per raggiungere tale obiettivo esistono alcune buone pratiche che possono essere applicate e personalizzate in modo che siano coerenti con l'organizzazione in cui si lavora. Si può migliorare l'engagement facendo dapprima percepire i benefici per l'individuo stesso, introducendo contenuti o strumenti di valore ed interesse, organizzando eventi e momenti di incontro, progettando innovativi modelli formativi partecipativi, introducendo percorsi di gamification e, non da ultimo, individuando le persone più avvezze all'utilizzo e alla sponsorizzazione interna dell'iniziativa verso i colleghi, riconoscendone il valore e il ruolo anche tramite meccanismi di incentivazione, siano essi reali o digitali.

*Luca Zappa  
Associate Partner, TamTamy*



Reply [MTA, STAR: REY] è specializzata nella progettazione e nell'implementazione di soluzioni basate sui nuovi canali di comunicazione e media digitali. Costituita da un modello a rete di aziende altamente specializzate, Reply affianca i principali gruppi industriali europei appartenenti ai settori Telco & Media, Industria e Servizi, Banche e Assicurazioni e Pubblica Amministrazione nella definizione e nello sviluppo di modelli di business abilitati dai nuovi paradigmi del Big Data, Cloud Computing, Digital Media e Internet degli Oggetti. I servizi di Reply includono: Consulenza, System Integration e Digital Services.

Reply S.p.A.  
[www.reply.eu](http://www.reply.eu)