

L'INNOVAZIONE NELLA FORMAZIONE

I modelli di simulazione industry specific e le competizioni di gestione aziendale

Le organizzazioni di oggi sono chiamate ad operare in ambienti sempre più complessi, sottoposti ad ogni tipo di sollecitazione esterna, influenzati al contempo da una forte evoluzione tecnologica e culturale e da un'accelerazione verso un continuo miglioramento, accompagnato da una crescente esigenza di integrazione interfunzionale.

Manager, a qualsiasi livello organizzativo, devono muoversi in questo difficile contesto in modo estremamente flessibile e veloce, consapevoli che il loro operato influisce profondamente sul successo del loro business.

Le risorse umane, con le loro competenze e il loro know how, il cosiddetto capitale intellettuale dell'azienda, sono dunque più che mai elementi focali delle nuove organizzazioni e concorrono in misura sempre maggiore a determinare il valore di un'azienda e la sua capacità di competere sul mercato.

Tuttavia appare oggi molto più complicato identificare, governare e valorizzare le conoscenze correlate con il core business delle imprese: mentre infatti fino alla metà degli anni Settanta la vita lavorativa era caratterizzata dall'acquisizione di un bagaglio di conoscenze che rimaneva sostanzialmente invariato nel corso del tempo, oggi assistiamo alla rapida obsolescenza delle conoscenze dei lavoratori nel corso della loro carriera lavorativa.

Questo fenomeno ha effetti rilevanti sui programmi di formazione aziendali perché innalza la soglia di conoscenze necessarie a svolgere le tradizionali professioni, innesta processi di specializzazione sempre più spinti e, soprattutto, espande il periodo di formazione rendendolo sostanzialmente continuo.

Le aziende, quindi, sempre più spesso si affidano a strumenti di formazione del personale innovativi, non più finalizzati esclusivamente all'insegnamento per soddisfare un bisogno contingente di formazione, ma che si propongono di agire ad un livello più profondo dell'individuo promuovendo cambiamenti reali e duraturi negli atteggiamenti mentali, nelle abilità e nei comportamenti e quindi nei risultati dei manager.

I nuovi metodi di formazione aziendale si propongono di agire sull'apprendimento derivante dall'azione, secondo il principio del learning by doing, utilizzando, tra gli altri, strumenti che simulano processi gestionali nelle loro diverse sfaccettature e a diversi livelli di complessità.

D'altronde le simulazioni sono da sempre utilizzate in vari ambiti al fine di imparare attraverso l'esperienza diretta: i piloti sono addestrati e fanno esperienza sui simulatori di volo e, nel campo della tattica militare, già nel 1950 le simulazioni erano un punto fondamentale della formazione degli ufficiali dell'esercito americano.

Le simulazioni cominciarono ad essere utilizzate come strumenti formativi nelle aziende a partire dalla fine degli anni Cinquanta; nel 1957 la McKinsey & Company Inc. sviluppò il primo "Business Management Game" cartaceo.

Oggi l'efficacia dei Business Game come strumenti di formazione manageriale, supportati dall'utilizzo di piattaforme tecnologiche avanzate, è ormai ampiamente riconosciuta. Nei progetti di formazione aziendale basati sulle simulazioni l'apprendimento passa attraverso l'esperienza personale diretta: i docenti si trasformano sempre più in facilitatori di momenti di riflessione, generalizzazione e applicazione alla pratica lavorativa dell'azienda di appartenenza; i partecipanti si cimentano nella conduzione di un business virtuale in competizione con il simulatore stesso o con altri partecipanti creando un vero e proprio mercato competitivo.

Il Business Game è dunque uno strumento utile per rendere il soggetto più partecipe alla vita aziendale, permette di sviluppare la consapevolezza delle interdipendenze esistenti tra le diverse aree di gestione e di avere una visione globale dell'azienda, dei processi aziendali e delle relazioni dell'azienda stessa con l'ambiente esterno.

La possibilità di ottenere report con i risultati della propria azienda e della concorrenza e la loro analisi consente ai partecipanti di sviluppare un approccio analitico alle decisioni aziendali, di comprendere le relazioni tra le decisioni aziendali e gli indicatori finanziari, sperimentare l'impatto delle dinamiche competitive sulle diverse aree aziendali e comprendere le leve di profittabilità e di creazione di valore.

La crescente competitività, i cambiamenti che hanno portato alla liberalizzazione di alcuni mercati e la necessità di sviluppare competenze di successo specifiche hanno reso necessario la definizione di modelli di simulazione ad hoc, che riproducessero le regole e le best practice del settore.

I PROGETTI FORMATIVI "INDUSTRY SPECIFIC" DI CESIM

I progetti formativi di Cesim si distinguono per un utilizzo esteso di Business Game basati su modelli che permettono, tra l'altro, di simulare qualsiasi situazione imprevista interna ed esterna all'azienda, anche relativamente a regolamentazioni governative e scenari macroeconomici con l'obiettivo di elaborare analisi di scenario.

Lo slogan di Cesim è infatti "Practice Makes Profit", la pratica genera il profitto, perché solo il coinvolgimento diretto nel processo di apprendimento permette di agire ad un livello più profondo dell'individuo promuovendo cambiamenti reali e duraturi negli atteggiamenti mentali, nelle abilità e nei comportamenti e quindi nei risultati dei manager.

Un esempio – SIMPower®

SIMPower è il modello di simulazione "industry specific" utilizzato da Cesim per le società che operano nei settori dell'energia e gas. Il modello, specificamente studiato per riflettere esattamente le condizioni e le dinamiche del mercato, è il frutto della collaborazione di anni tra Cesim e operatori leader negli specifici mercati di riferimento.

SIMPower prevede, tra l'altro, un mercato libero della domanda e dell'offerta di energia elettrica e la presenza della borsa dell'energia elettrica.

L'innovativa metodologia di formazione permette di sperimentare l'impatto delle dinamiche competitive sulle diverse aree aziendali, sviluppando quelle competenze di successo necessarie per gestire gli effetti della liberalizzazione del mercato, dal lato della domanda e dell'offerta.

Il modello di simulazione, inoltre, permette di comprendere le relazioni tra le decisioni aziendali e gli indicatori finanziari, sviluppare un approccio analitico alle decisioni aziendali e migliorare la cultura del cliente.

Oltre ai Simulatori Industry Specific, i progetti formativi di Cesim sono sviluppati su:

- **Simulatori Gestionali:** modelli che simulano dinamiche di business e organizzativo-manageriali;
- **Simulatori Funzionali:** modelli gestionali con enfasi sulle decisioni prese nell'ambito di singole funzioni aziendali;

A cura di Gianfranco Di Maira, Amministratore e fondatore di Cesim Italia.

Cesim

Nata in Finlandia nel 1996, Cesim è leader nello sviluppo di progetti formativi basati sulle simulazioni aziendali e nella realizzazione di strumenti di supporto alla presa di decisioni.

Le metodologie didattiche innovative e le tecnologie all'avanguardia adottate da Cesim consentono di predisporre piani formativi personalizzabili in base al bisogno aziendale e agli obiettivi specifici da raggiungere.

Cesim opera direttamente anche in Italia, Polonia, Paesi Baltici e, attraverso organizzazioni partner negli Stati Uniti, in Russia, in Australia e in Cina.

Cesim Italia Srl, con sede a Milano, è nata nel 2001 per opera di Gianfranco Di Maira e Marco Rosetti.

Cesim Italia interviene nella progettazione ed erogazione di interventi di formazione, nella trasformazione di contenuti, nella consulenza di processo e nei processi di tutoring ai partecipanti.