



DIFFUSIONE DEI RISULTATI DEI PROGETTI:

“COMMERCIO, RISTORAZIONE, OSPITALITA: ascoltare, emozionare, coinvolgere”

AVVISO 214_02 - Piano formativo RUP: PF1579_PR980_AV214_2

PAG. 2

“SISTEMA PORDENONE”

AVVISO 214_01 – Piano formativo RUP: PF1139_PR391_AV214_1

PAG. 34

DIFFUSIONE DEI RISULTATI DEL PIANO FORMATIVO

“COMMERCIO, RISTORAZIONE, OSPITALITÀ: ascoltare, emozionare, coinvolgere”

AVVISO 214_02

Piano formativo RUP: PF1579_PR980_AV214_2

Indice

INTRODUZIONE	pag	3
L'IMPIANTO DIDATTICO COMPLESSIVO	pag	4
INDICATORI QUANTITATIVI DI REALIZZAZIONE	pag	7
INDICATORI FISICI	pag	7
INDICATORI QUALITATIVI DI REALIZZAZIONE	pag	9
LE INIZIATIVE TERRITORIALI E STAKEHOLDER	pag	9
DETTAGLIO DELLE VALUTAZIONI DI MONITORAGGIO	pag	9
CERTIFICAZIONE DEGLI ESITI	pag	19
DIFFUSIONE DEI RISULTATI	pag	19
CRITICITÀ RISCONTRATE	pag	20
RIEPILOGO TABELLE E ALLEGATI		
TAB 1 aspettative partecipanti	pag	12
TAB 2 gradimento partecipanti	pag	14
TAB 3 valutazione docenti	pag	16
TAB 4 etero-valutazioni	pag	18
ALL 1	pag	22
ALL 2	pag	23
ALL 2f	pag	24
ALL 3	pag	25
ALL 3f	pag	26
ALL 4	pag	27
ALL 5	pag	28
ALL 6	pag	39
ALL 7	pag	31
ALL 8	pag	32
ALL 9	pag	33

INTRODUZIONE

Il Piano "COMMERCIO, RISTORAZIONE, OSPITALITÀ: ascoltare, emozionare, coinvolgere" - RUP: PF1579_PR980_AV214_2 - realizzato da CONFCOMMERCIO IMPRESE PER L'ITALIA – ASCOM Pordenone (presentatore) e da TERZIARIA SRL Pordenone e IFOA Reggio Emilia (attuatori) con l'assistenza tecnica delle Organizzazioni Sindacali (FILCAMS CGIL di Pordenone, FISASCAT CISL di Pordenone, UILTuCS UIL di Pordenone) e dell'Ente Bilaterale del Commercio e del Turismo del Friuli VG, si è posto la finalità di rafforzare il sistema terziario della provincia di Pordenone e di trasferire ai lavoratori nuove competenze di processo e rafforzare le competenze relazionali orientate al cliente.

Gli obiettivi generali propri del presente piano, collegati ai bisogni formativi espressi dalle imprese e dai loro dipendenti, sono stati declinati, infatti, nei seguenti: invertire la visione negativa e involutiva con la quale parte terziario vive la attuale situazione; introdurre un forte elemento di discontinuità culturale nella conduzione delle imprese; accogliere un nuovo approccio al mercato; acquisire e consolidare nuovi modelli mentali in linea con le dinamiche competitive in atto.

Le attività svolte (formative, non formative, di accompagnamento - azioni propedeutiche e misure trasversali - e di assistenza ex post) hanno quindi prodotto una serie di risultati strettamente collegati agli obiettivi definiti in sede di presentazione ed in particolare hanno prodotto un aumento:

- della comprensione delle dinamiche di mercato in atto
- della comprensione dei bisogni del cliente e della specializzazione e della differenziazione merceologica e di servizio;
- della qualificazione delle risorse umane attraverso la realizzazione di interventi formativi per il rafforzamento di nuove competenze operative (comunicazione e tecniche di vendita; gestione aziendale, web marketing, formazione e l'aggiornamento degli operatori del settore turistico e della ristorazione).

L'IMPIANTO DIDATTICO COMPLESSIVO

Il progetto ha realizzato le seguenti fasi:

- Fase iniziale **"in plenaria"**, con la realizzazione di due **seminari di avvio piano** (in data 3 e 10 febbraio 2016) con la partecipazione di circa 150 imprese; (allegato 1 e allegato 2)
- Fase centrale **formativa "d'aula" e "ON-LINE"** (con la realizzazione di 50 edizioni ON-LINE e 82 edizioni D'AULA);
- Fase in **"itinerare ed ex post"** (con la realizzazione della iniziativa denominata **Checkpoint Re-Start** con la quale abbiamo erogato assistenza tecnica e sindacale all'impresa in una serie di incontri di orientamento con i titolari.

Gli aspetti relativi alla **coerenza con le iniziative assunte a livello territoriale** si sono concretizzate con il coinvolgimento degli Stakeholder strategici del sistema locale e con la partecipazione dei componenti del gruppo di progettazione del presente piano ad alcuni incontri per la condivisione e definizione delle linee progettuali per la partecipazione dei bandi PISUS in fase di presentazione.

In coerenza con le finalità generali del Piano, i risultati conseguiti si sono distribuiti su tre differenti livelli:

- **il sistema territoriale** (maggiore competitività, coinvolgimento Stakeholder): **la provincia di Pordenone**
- **le imprese** (migliori livelli di efficienza ed efficacia dei processi interni): **65 imprese beneficiarie**
- **i lavoratori** (maggiori e/o nuove competenze): **283 lavoratori rendicontati**

LA TEMPISTICA DI ATTUAZIONE

ATTIVITA'	DATA DI ATTUAZIONE
avvio raccolta adesioni	gennaio/aprile 2015
presentazione del piano	11/05/2015
approvazione del piano	03/11/2015
avvio attività	21/01/2016
conclusione attività	20/12/2017

LE IMPRESE BENEFICIARIE SUDDIVISE PER SETTORE

SETTORI PRESENTI NEL PIANO	NUMERO DELLE IMPRESE BENEFICIARIE PER SETTORE
COMMERCIO	30 (dettaglio ed ingrosso alimentare e non alimentare)
TURISMO	23 (hotel, ristoranti e bar)
SERVIZI	12
Totale imprese	65

IL RIEPILOGO DELLE ATTIVITÀ REALIZZATE

ATTIVITA' SEMINARIALE DI AVVIO PIANO	tot moduli	tot edizioni
IL NUOVO CONSUMATORE NELL'ERA DELLA WEB ECONOMY	1	1
IL CONSUMO NELL'ERA DEL WEB MOBILE E DEI SOCIAL NETWORK	1	1
totale formazione erogata	2	2

ATTIVITA' FORMATIVA COMPLESSIVA	tot moduli	tot edizioni
---------------------------------	------------	--------------

totale formazione ON-LINE	9	50
totale formazione AULA	67	82
totale formazione erogata	76	132

DETTAGLIO FORMAZIONE MODULI ON-LINE

TEMATICHE FORMATIVE	tot moduli FAD x tematica formativa	tot edizioni x modulo
totale formazione erogata	9	50
E-CARD - SVILUPPO ABILITA' PERSONALI	5	28
ESSERE PERSUASIVI PER FAVORIRE UNA COOPERAZIONE VINCENTE		7
GESTIRE LE EMOZIONI		9
GESTIRE LE EMOZIONI E I CONFLITTI		1
SVILUPPARE LA CAPACITA' DI LEADERSHIP		4
SVILUPPARE LA PROPRIA AUTOSTIMA		7
E-CARD - VENDITA E MARKETING	4	22
GESTIRE AL MEGLIO IL MOMENTO DELLA VENDITA		6
GESTIRE LA RELAZIONE CON IL CLIENTE		6
LA COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE		5
WEB MARKETING		5

DETTAGLIO MODULI D'AULA

TEMATICHE FORMATIVE	tot moduli AULA x tematica formativa	tot edizioni x modulo
totale formazione erogata	67	82
GESTIONE AZIENDALE	4	5
LEAN OFFICE & LEAN HUMAN RESOURCE		2
LEAN PRODUCTION		1
PIANIFICAZ E GEST DEI SERVIZI TECN CONS ALLE PMI DEL TERZIARIO LIV 1		1
PIANIFICAZ E GEST DEI SERVIZI TECN CONS ALLE PMI DEL TERZIARIO LIV 2		1
INFORMATICA	6	6
CREARE E GESTIRE UN DATABASE CLIENTI PER EFFETTUARE AZIONI DI MARKETING		1
STRUMENTI DI OFFICE AUTOMATION - LIVELLO BASE		1
IL MIO SITO ME LO FACCIO IO! CREARE E AGGIORNARE SITI/BLOG CON WORDPRESS		1
STRUMENTI DI OFFICE AUTOMATION - LIVELLO AVANZATO		1
CREARE E MODIFICARE DATABASE		1
CREARE E MODIFICARE DATABASE – AVANZATO		1
LINGUE STRANIERE	8	8
LINGUA STRANIERA LIVELLO AVANZATO INGLESE		1
LINGUA INGLESE LIVELLO AVANZATO - B2		1
LINGUA STRANIERA LIVELLO BASE RUSSO		1
LINGUA INGLESE - TERZO LIVELLO	1	1
LINGUA RUSSA - LIVELLO 2		1
BUSINESS ENGLISH		1
LINGUA TEDESCA		1
LINGUA TEDESCA - LIV.2		1
SVILUPPO ABILITA' PERSONALI	16	26
TECNICHE DI ASCOLTO E COMUNICAZIONE EFFICACE		1

SAPER AFFRONTARE E GESTIRE SITUAZIONI PROBLEMATICHE: IL CLIENTE DIFFICILE		2
SIAMO TUTTI SULLA STESSA BARCA! COME CREARE UN CLIMA COLLABORATIVO		4
TECNICHE DI ASCOLTO E COMUNICAZIONE EFFICACE		2
ASCOLTARE I NOSTRI CLIENTI SUI SOCIAL NETWORK		1
COMUNICAZIONE PER IL FRONT OFFICE		1
SVILUPPA IL TUO POTENZIALE		1
LA GESTIONE POSITIVA DEI CONFLITTI INTERPERSONALI		4
PARLARE IN PUBBLICO		1
COMUNICAZIONE PER IL FRONT OFFICE LIV.2		1
AUMENTARE PRODUTTIVITA' E BENESSERE IN AZIENDA		1
TEAM WORK		1
GESTIRE MEGLIO IL NOSTRO TEMPO E QUELLO DEL CLIENTE		1
LA GESTIONE POSITIVA DEI CONFLITTI INTERPERSONALI - LIV 2		3
TEAM WORK - LIV. AVANZATO		1
COMUNICAZIONE EMPATICA		2
TECNICHE TECNOLOGIE E METODOLOGIE PER L'EROGAZIONE DI SERVIZI ECONOMICI	20	23
APERITIVO CREATIVO: STUPIRE CON POCO		1
PRINCIPI DI IGIENE E MANIPOLAZIONE E MANIPOLAZIONE DEGLI ALIMENTI		1
LA GESTIONE DEL CATERING E IL BUFFET SALATO		1
PREPARARE STUZZICHINI CREATIVI IN POCHI MINUTI		1
CAFFETTERIA INNOVATIVA: LA PREPARAZIONE DEL CAFFÈ E LE PRIME COLAZIONI		1
LA CICCHETTERIA VENETA E FRIULANA		1
FORTE E RAFFINATA... FARINA!		2
LA PRODUZIONE DELLE FARINE		1
LATTE ART		3
COCKTAIL EXPERIENCE		1
L'ARTE DELLA VENDITA PERSUASIVA NEL MONDO ALBERGHIERO		1
CUCINARE CON LE ERBE SPONTANEE		1
PREPARAZIONE DEI COCKTAIL - LIVELLO BASE		1
LA PASTA FRESCA		1
TIKI COCKTAIL		1
PIATTI ESTIVI		1
CAMERIERA AI PIANI: TECNICHE DI LAVORO E CONSIGLI PRATICI		1
TECNOLOGIE INNOVATIVE PER LA CUCINA DEL BENESSERE		1
CUCINARE LE CARNI		1
LATTE ART - AVANZATO		1
VENDITA, MARKETING	13	14
ACCOGLIENZA E TECNICHE DI VENDITA		2
LA VENDITA VISIVA		1
I SEGRETI DELLA ACCOGLIENZA E DELLA COMUNICAZIONE PERSUASIVA PER VENDERE		1
VISUAL MERCHANDISING STRUMENTI DI STIMOLAZIONE SENSORIALE PER LA VENDITA		1
MARKETING SU MISURA		1
COME CONQUISTARE IL CLIENTE		1
MARKETING AZIENDALE E TECNICHE DI VENDITA		2
FACEBOOK PER LA RISTORAZIONE E IL TURISMO		1
ACCOGLIENZA E TECNICHE DI VENDITA - LIV.3		1
L'ARTE DI VENDERE		1
COMUNICARE PER IMMAGINI: INSTAGRAM PER LA RISTORAZIONE E IL TURISMO		1
L'ARTE DI VENDERE CON IL TEATRO D'IMPRESA		1
E-MAIL MARKETING: COME CREARE NEWSLETTER EFFICACI		1

INDICATORI QUANTITATIVI DI REALIZZAZIONE

INDICATORI FISICI

Alla data di conclusione del piano (20.12.2017) i dati di realizzazione sono risultati i seguenti:

durata del piano

- 23 mesi (avvio 21 gennaio 2016 / chiusura 20 dicembre 2107)

numero imprese beneficiarie

- 65 imprese beneficiarie su 34 previste (191,17%) di cui commercio 30, turismo 23 e servizi 12

numero di lavoratori formati

- sono stati formati 283 singoli lavoratori su 247 previsti (114,6%)
- di cui 76 (27,0%) di genere maschile e 205 (73,00%) di genere femminile

numero di ore di didattica erogata

- sono state erogate 1.145,5 ore su 1.214 previste (pari al 94,35%);
- di cui 1.042 in aula su 1.012 previste;
- di cui 103,5 in ON-LINE su 180 previste;

parametro ore di presenza partecipante

- sono risultate rendicontabili alle attività formative 523 allievi presenti su 626 (83,54%)
- tali presenze sono riferite ai 281 singoli partecipanti effettivi
- l'89,67% dei partecipanti ha frequentato il 100% di ciascun modulo in cui sono stati coinvolti
- l'10,32% dei partecipanti ha frequentato tra il 70 ed il 100% di ciascun modulo in cui sono stati coinvolti

monte ore di formazione/partecipante

- 5.672,5 complessive ore di formazione fruita dai partecipanti

INDICATORI FISICI	PREVISIONE	REALIZZAZIONE
moduli formativi	49 (47aula +2 fad)	76 (67 aula + 9 fad)
numero edizioni corsi aula	71	82
numero edizioni corsi ON-LINE	72	50
lavoratori avviati in formazione (n° partecipanti unici formati)	247	281 (113,7%)
n° partecipanti con 100% ore di frequenza	//	88,48%
n° partecipanti con ore di frequenza comprese tra 70 e 100%	//	11,52%
imprese beneficiarie (n° rag sociali) aderenti al piano	34	65 (191,17%)
Esiti della formazione	-ATTESTATO -DICHIARAZIONE COMPETENZE - VERIFICHE STRUTTURATE	-ATTESTATO -DICHIARAZIONE COMPETENZE - VERIFICHE STRUTTURATE
Metodologie di apprendimento interattivo	>50%	58,52%
Monte ore FAD	14,83%	9,8%

DETTAGLIO DELLE ATTIVITA' FORMATIVE PER MODULO	PREVISIONE	REALIZZAZIONE
moduli di formazione AULA		
tematica GESTIONE AZIENDALE	10	5
tematica INFORMATICA	7	6
tematica LINGUE STRANIERE	8	8
tematica SVILUPPO ABIL PERSONALI	18	26
tematica TECNICHE, TECNOLOG E METOD	12	23
tematica VENDITE E MARKETING	16	14
moduli di formazione FAD		
SVILUPPO ABIL PERSONALI	36	28
tematica VENDITE E MARKETING	36	22
totale edizioni attività formative	143	132

INDICATORI QUALITATIVI DI REALIZZAZIONE

LE INIZIATIVE TERRITORIALI ED IL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

Il piano formativo ha colto un momento particolarmente importante per i territori della provincia di Pordenone in quanto il Comune capoluogo ha avviato a bando in questi mesi i progetti territoriali POR FESR denominati "PISUS" ("Progetti Integrati di Sviluppo Urbano Sostenibile).

Rispetto ad un tale contesto il presentatore, in collaborazione con l'Istituto FORMAT srl di Roma, ha realizzato una serie ripetuta di indagini ed analisi sulle imprese e sui lavoratori del commercio, del turismo e dei servizi, attraverso le quali si sono monitorati: i fabbisogni formativi; gli ambiti di intervento strategico ritenuti dalle imprese maggiormente utili alla ripresa economica; le criticità maggiormente sentite da titolari ed addetti.

I risultati della analisi ci hanno alimentato oltre che i processi di formazione (contenuti, metodologie, ecc) anche precorsi di assistenza alle imprese utilizzati nella serie di incontri (denominati Checkpoint) di orientamento con i titolari di impresa.

Per meglio delimitare gli strumenti per la gestione di tali incontri abbiamo ottenuto la collaborazione con gli enti locali (associazioni, CCIAA, ecc.) ed in particolare ci siamo avvalsi della attività istituzionale del reparto sindacale di Confcommercio Imprese per l'Italia di Pn che, nel corso delle numerose riunioni con le aziende appartenenti ai Gruppi merceologici dei settori commercio al dettaglio, commercio all'ingrosso, ristorazione, bar, alberghi, servizi, ci ha consentito di promuovere il piano e di raccogliere le attese delle aziende e le loro esigenze formative.

Oltre a ciò, l'attività sopra descritta ci ha consentito di ottenere i risultati che ora commentiamo con la presente relazione (65 imprese partecipanti, 76 moduli formativi, 132 edizioni complessive, 5.672,5 ore formative erogate, 283 singoli lavoratori formati).

DETTAGLIO DELLE VALUTAZIONI DI MONITORAGGIO

Misurabilità dei risultati attesi

In relazione ai risultati attesi, l'efficacia della formazione è stata misurata attraverso diversi strumenti di rilevazione su diversi livelli di valutazione:

- **Aspettative dei partecipanti:** il livello ha misurato le attese reali dei partecipanti alle quali l'attività formativa ha cercato di rispondere attuando di volta in volta i correttivi necessari. Le misure sono state raccolte attraverso i "questionari di rilevazione aspettative" (ALL6);
- **Percezione del corso:** Il livello ha misurato il grado di soddisfazione dei partecipanti e il parere dei docenti sul corso. Le misure sono state raccolte attraverso i "questionari di fine corso" (ALL7 – ALL8 – ALL9);
- **Apprendimento:** Il livello ha misurato le conoscenze, capacità ed atteggiamenti acquisiti dai partecipanti al termine del percorso formativo. Gli strumenti utilizzati sono stati i questionari e test per la autovalutazione del possesso di conoscenza (vedi item 6, 7, 8, 9 – questionario di ALL 7). Il livello di apprendimento è stato anche misurato in modo indiretto attraverso le valutazioni espresse dai docenti (Item 6, 7, 8, 9, 10, 11 di cui al questionario di ALL 9);

- **Trasferimento ed Impatto della formazione sull'azienda:** Per *trasferimento ed impatto* s'intende l'uso delle conoscenze apprese nel contesto dell'attività formativa e la misura in cui i discenti modificano il loro comportamento lavorativo nei mesi a seguire.

Tali valutazioni (che chiamano in causa i comportamenti dei partecipanti e le modalità di applicazione sul posto di lavoro delle conoscenze acquisite) non sono state tutte direttamente misurate all'interno dell'arco temporale permesso dal Piano in quanto le misure dei cambiamenti intercorsi nel comportamento sul lavoro seguiti al programma formativo potranno essere verificate nei mesi successivi alla chiusura del piano.

A tal proposito, si è pertanto avviato un sistema alternativo alla valutazione raccolta immediatamente a fine corso, e si è preferito impegnare anche i mesi successivi alla conclusione del piano.

Saranno utilizzati i dati raccolti con il coinvolgendo diretto delle aziende nel corso dei **seminari iniziali** e nel corso della assistenza fornita con gli incontri di **Checkpoint Re-Start** e sarà valutata la reale ricaduta sul medio periodo della formazione fruita dai loro lavoratori. Proseguirà, pertanto, anche nei mesi successivi alla conclusione del piano, l'azione di assistenza tecnica e sindacale del presentatore (Confcommercio Pn) e dell'attuatore (Terziaria srl).

- **I livelli di trasferimento e di impatto sui partecipanti** sono stati, raccolti attraverso le valutazioni espresse dai partecipanti agli Item 3, 6. 8. 9 nel questionario ALL. 7.
In particolare gli item 8 e 9 danno una misura circa la percezione dei partecipanti dello scarto tra il grado di conoscenza dei contenuti in entrata ed in uscita dalle azioni formative.

Efficacia del processo formativo

La presente sezione del rapporto illustra, attraverso i dispositivi di monitoraggio di processo utilizzati lungo l'arco dei 23 mesi, la qualità dell'offerta formativa e complessiva del piano. Ciò attraverso l'analisi dei risultati delle attività formative valutate a diversi livelli:

- **1°livello: Gradimento del servizio formativo;** (questionari di cui agli ALL 6,7,9);
- **2°livello: Apprendimento di competenze** (questionari di cui agli ALL 6,7,9);
- **3°livello: Trasferimento delle competenze sul luogo di lavoro;**(ALL4 e 5);
- **4°livello: Impatto sulla performance aziendali** (ALL 4 e 5).

I **primi due livelli** sono stati monitorati con la serie di questionari i cui risultati sono espressi nei capitoli successivi:

1. **Aspettative in entrata** dei partecipanti; (tab1)
2. **Gradimento generale** ed organizzativo del corso dei partecipanti; (tab2)
3. Valutazione **docenti** da parte dei partecipanti; (tab3)
4. Valutazione dei docenti (etero-valutazione) **sulla organizzazione e sui partecipanti.** (tab4)

Il **terzo e quarto livello** sono stati monitorati in momenti extra attività formativa ed erogati nelle fasi:

- **Iniziale** con i due seminari di avvio piano realizzati in data 3 e 10 febbraio 2016; (ALL1 – ALL2 - ALL2f)
- **in itinere** con realizzazione della iniziativa denominata **Checkpoint Re-Start** ; (ALL3 – ALL3f - ALL4) con la quale abbiamo erogato assistenza tecnica all'impresa e monitorato (il giudizio dei titolari) al tempo zero dello stato dell'impresa su 20 item di valutazione competitiva sull'utilità complessiva del Piano. Il questionario di ALL 4 lo abbiamo erogato anche nella fase iniziale alle aziende presenti ai due seminari (circa 150 imprese).
- **ex-post** con proseguimento della iniziativa **Checkpoint Re-Start** e dalla erogazione di assistenza tecnica e sindacale all'impresa attraverso le visite in azienda per colloqui con i referenti dell'organizzazione (puntuale verifica delle competenze acquisite dai lavoratori partecipanti ai corsi e definizione di Piani di sviluppo individuali).

Sarà possibile su specifica richiesta aziendale (già richiestici dai partecipanti all'iniziativa **checkpoint Re-Start**) costruire un percorso di miglioramento che risponda alle esigenze dell'azienda e del lavoratore.

Attraverso il proseguimento della iniziativa **checkpoint Re-Start** sarà, infatti, anche valutata la ricaduta delle azioni di piano sull'impresa attraverso la rilevazione degli effetti prodotti dallo stesso con valutazione del trasferimento in ambito lavorativo di indicatori:

TANGIBILI:

ad es:

- **valore dell'incremento delle vendite** per gli esercizi e le attività commerciali i cui dipendenti hanno frequentato percorsi per lo sviluppo delle tecniche di vendita;
- **presenza e attivazione di nuovi servizi e-commerce e/o nuove strategie di web marketing** da parte delle aziende che hanno avuto dipendenti presenti in corsi di informatica applicata al web;
- **valutazioni in merito al grado di comprensione de i bisogni del cliente** da parte dei dipendenti che hanno frequentato i corso di comunicazione.

INTANGIBILI:

- presenza di miglioramenti nella **soddisfazione lavorativa**;
- presenza di riduzione dello **stress**;
- presenza maggiore efficacia del **lavoro di squadra**;
- riduzione delle **problematiche lavorative**;
- riduzione dei conflitti, ottimizzazione **della gestione del tempo**.

Per l'esecuzione dei **Checkpoint** è stato costituito lo staff (composto dal coordinatore, due tutor, un docente, un consulente) che ha svolto le azioni di monitoraggio e valutazione e svilupperà le analisi di confronto con i 20 item di valutazione competitiva raccolti lungo tutto l'arco del piano ai quali se ne aggiungeranno altri in dipendenza delle sensibilità al processo espresse dalle imprese.

1. Questionario rilevazione aspettative partecipanti (tab 1)

La presente sezione del rapporto ha raccolto le attese dei partecipanti in riferimento alle motivazioni e alle aspettative con la partecipazione al corso.

Sono stati monitorate tutte la 82 edizioni dei corsi erogati in aula con la raccolta di 471 schede di valutazione su 523 presenze partecipanti (pari al 90,00%).

I partecipanti hanno espresso le loro aspettative utilizzando il questionario riportato in ALL5.

Circa la **modalità di conoscenza** della iniziativa formativa l'81,85% ha citato l'azienda per cui lavora, sottolineando così il ruolo attivo e la volontà dei titolari.

Circa il **motivo per cui si è deciso di partecipare** sono tre le risposte più citate: migliore formazione 59,87%; maggiore competenze 8,28%; aggiornamento 17,83%.

Circa le **aspettative** la stragrande maggioranza (82,59%) ha citato il desiderio di ottenere gli obiettivi.

Circa la **attività attesa**, sia teorica che pratica per il 70,27% e solo teorica il 22,92%.

TEMATICHE FORMATIVE	n° edizioni monitorate	n° schede valutate
GESTIONE AZIENDALE	5	23
INFORMATICA	6	33
LINGUE STRANIERE	8	44
SVILUPPO ABILITA' PERSONALI	26	145
TECNICHE E METODOLOGIE	23	128
VENDITA, MARKETING	14	98
	82	471

TAB 1 - Sintesi delle valutazioni

1	2	3	4
Come è giunto a conoscenza dell'intervento?: (indicare una sola risposta)	Qual è il motivo principale che l'ha spinto a prendere parte all'intervento?: (indicare una sola risposta)	Che cosa si aspetta di trovare frequentando il corso scelto?: (indicare max 3 risposte)	Che tipo di attività pensa di svolgere durante il corso?: (indicare una sola risposta)

TEMATICHE FORMATIVE

QUESITI	GESTIONE AZIENDALE	INFORM	LINGUE	ABILITA' PERSONALI	TECNICHE TECNOLOGIE	MARKETING VENDITE	TOTALI PREFERENZE
1. CONOSCENZA PIANO							
manifesti/depliant	0	0	0	0	3	0	3
internet	2	2	0	1	0	2	7
stampa quotidiana	0	0	1	0	0	0	1
spot radio/televisivi	0	0	0	0	0	0	0
da ente organizzatore	0	3	7	12	5	7	34
amici e conoscenti	0	0	0	0	2	1	3
dall'azienda di lavoro	21	27	31	130	93	84	386
sindacati e associazioni	0	1	5	2	5	2	15
2. MOTIVO PARTECIPAZIONE							
migliore formazione	14	17	27	91	72	61	282
magg competenze	4	3	5	9	10	8	39
aggiornamento	3	10	11	26	17	17	84
interesse argomenti	0	2	1	3	6	4	16
recente inserimento	0	0	0	1	3	0	4
competenze inadeguate	0	1	0	0	0	0	1
partecipo con colleghi	1	0	0	9	0	6	16
3. ASPETTATIVE							
raggiungere obiettivi	7	30	41	122	97	92	389
collaboraz.ne attenz.ne	1	1	2	1	5	2	12
confronto con formatori	1	0	0	3	1	3	8
confronto con colleghi	0	0	0	7	0	0	7
formatori competenti	0	1	1	3	4	0	9
efficienza ente organ	0	1	0	2	0	0	3
4. ATTIVITA' ATTESA							
solo materie teoriche	15	1	0	42	23	27	108
Solo attività pratica	0	0	1	1	2	0	4
Sia teoria che pratica	8	32	37	91	93	70	331
NUMERO SCHEDE	23	33	44	145	128	98	

2. Questionario rilevazione gradimento partecipanti (tab 2)

La presente sezione del rapporto illustra, attraverso la percezione del lavoratore, la qualità dell'offerta formativa. Ai lavoratori è stato chiesto di esprimere il loro livello di gradimento lungo una scala numerica da 1 a 6. (dove 1=per niente d'accordo e 6=totamente d'accordo).

Sono stati monitorate tutte le 82 edizioni dei corsi erogati in aula con la raccolta di 449 schede di valutazione su 523 presenze partecipanti (pari al 85,85%).

I partecipanti hanno espresso le loro valutazioni in rapporto agli aspetti organizzativi e didattici utilizzando i questionari di gradimento riportati ALL6.

La valutazione complessiva espressa dai partecipanti è di 5,37 su 6,0 con i punteggi più alti alle voci

> 3 "L'approfondimento degli argomenti trattati..." (5,62/6,00);

> 4 "...attività del tutor e/o del personale dell'ente formativo..." (5,54/6,00);

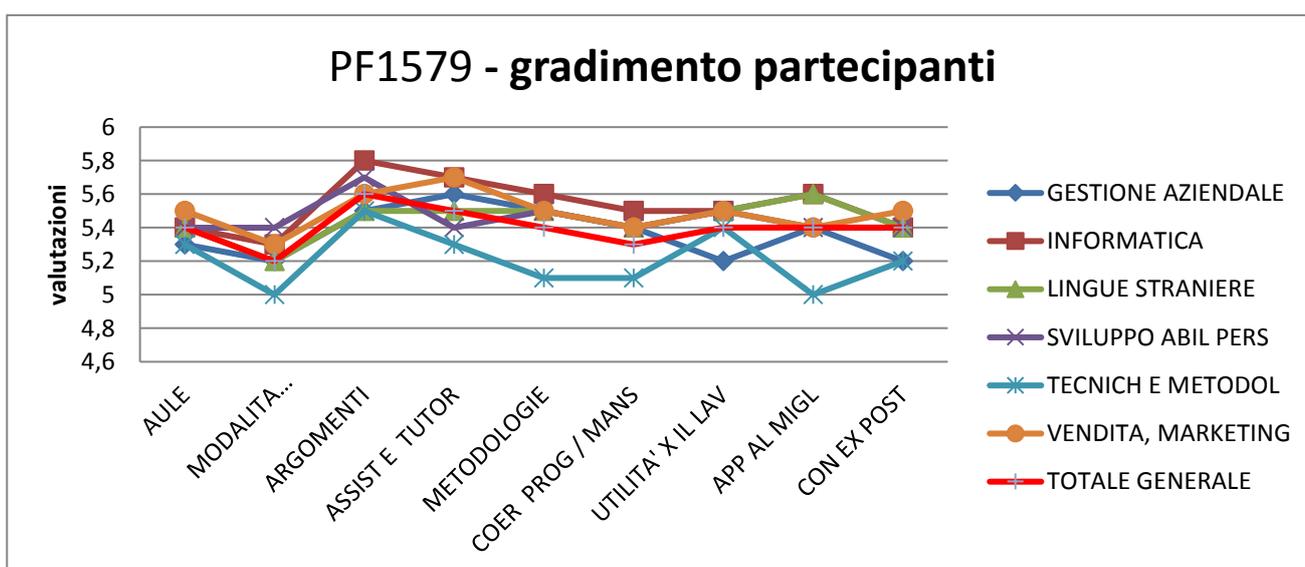
> 9 "... ho migliorato decisamente il livello di conoscenza degli argomenti affrontati" (5,5/6,00)

ed il punteggio più basso alla voce:

>2 "Il calendario, l'orario e le modalità di erogazione si sono dimostrate..." (5,23/6,00). U

Rispetto alle tematiche formative si evidenzia una valutazione media più bassa, pur se comunque positiva (media 5,20 su 6) riferita ai corsi delle tematiche tecniche ed in particolare (5,00/6,00) per item 5 "metodologie" e item 8 "applicabilità" collegati questi giudizi all'impatto comunque non facile con le consuete metodiche in uso nel posto di lavoro.

TEMATICHE FORMATIVE	n° edizioni monitorate	n° risposte ottenute
GESTIONE AZIENDALE	5	22
INFORMATICA	6	24
LINGUE STRANIERE	8	39
SVILUPPO ABILITA' PERSONALI	26	131
TECNICHE E METODOLOGIE	23	128
VENDITA, MARKETING	14	105
	82	449



TAB 2 - Sintesi delle valutazioni: domande da 1 a 5

	1 Le aule e i laboratori erano adeguati alle attività formative da realizzare	2 Il calendario, l'orario e le modalità di erogazione si sono dimostrate compatibili con gli ordinari impegni di lavoro	3 L'approfondimento degli argomenti trattati mi è sembrato equilibrato rispetto agli obiettivi del corso	4 Gli interventi e le attività del tutor e/o del personale dell'ente formativo sono stati efficaci per lo svolgimento del corso (presentazione, assistenza a problemi pratici, intermediazione docenti/allievi...)	5 Le metodologie, le modalità e l'impostazione generale del corso si sono rivelate utili e centrate ai fini del raggiungimento degli obiettivi e dell'apprendimento
TEMATICHE FORMATIVE	AULE	MODALITA EROGAZIONE	ARGOMENTI	ASSIST E TUTOR	METODOLOGIE
GESTIONE AZIENDALE	5,3	5,2	5,5	5,6	5,5
INFORMATICA	5,4	5,3	5,8	5,7	5,6
LINGUE STRANIERE	5,4	5,2	5,5	5,5	5,5
SVILUPPO ABIL PERS	5,4	5,4	5,7	5,4	5,5
TECNICH E METODOL	5,3	5,0	5,5	5,3	5,0
VENDITA, MARKETING	5,5	5,3	5,6	5,7	5,5
TOTALE GENERALE	5,4	5,2	5,6	5,5	5,4

TAB 2 Sintesi valutazioni: domande da 6 a 9

	6 Il programma sviluppato era coerente con le mansioni lavorative svolgere	7 Penso che le conoscenze e le competenze sviluppate nel corso saranno utili ed efficaci per migliorare il lavoro di ogni giorno la mia professionalità	8 Le conoscenze e/o competenze che ho acquisito potranno apportare miglioramenti all'azienda in cui lavoro (es. organizzativi, gestionali, produttivi, ecc.)	9 Rispetto a prima del corso, ho migliorato decisamente il livello di conoscenza degli argomenti affrontati		
	COER PROG / MANS	UTILITA' X IL LAV	APP AL MIGL	CON EX POST	n° edizioni monitorate	n° risposte ottenute
GESTIONE AZIENDALE	5,4	5,2	5,4	5,4	5	22
INFORMATICA	5,5	5,5	5,6	5,7	6	24
LINGUE STRANIERE	5,4	5,5	5,6	5,5	8	39
SVILUPPO ABIL PERS	5,4	5,5	5,4	5,6	44	131
TECNICH E METODOL	5,1	5,4	5,0	5,4	27	128
VENDITA, MARKETING	5,4	5,5	5,4	5,7	15	105
TOTALE GENERALE	5,3	5,4	5,4	5,5	105	449

Nel caso di corsi ON-LINE, oltre ai test di verifica previsti dalla piattaforma (avvio, durata, chiusura, ecc.) specificati nella descrizione dei progetti ON-LINE, sono state eseguiti dei monitoraggi in relazione all'accessibilità e alla fruibilità della piattaforma e delle funzioni sia didattiche che di supporto operativo dello stesso portale operate dal personale di segreteria e tutoraggio costantemente a disposizione dei partecipanti in assistenza telefonica.

3. Questionario di valutazione docente (tab 3)

La presente sezione del rapporto illustra, attraverso la percezione del lavoratore, la qualità del docente. Ai lavoratori è stato chiesto di esprimere il loro livello di gradimento lungo una scala numerica da 1 a 6. (dove 1=per niente d'accordo e 6=totalmente d'accordo).

Sono stati monitorate tutte la 82 edizioni dei corsi erogati in aula con la raccolta di 496 schede di valutazione su 523 presenze partecipanti (pari al 94,83%).

I partecipanti hanno espresso le loro valutazioni utilizzando il questionario di gradimento riportato in ALL7.

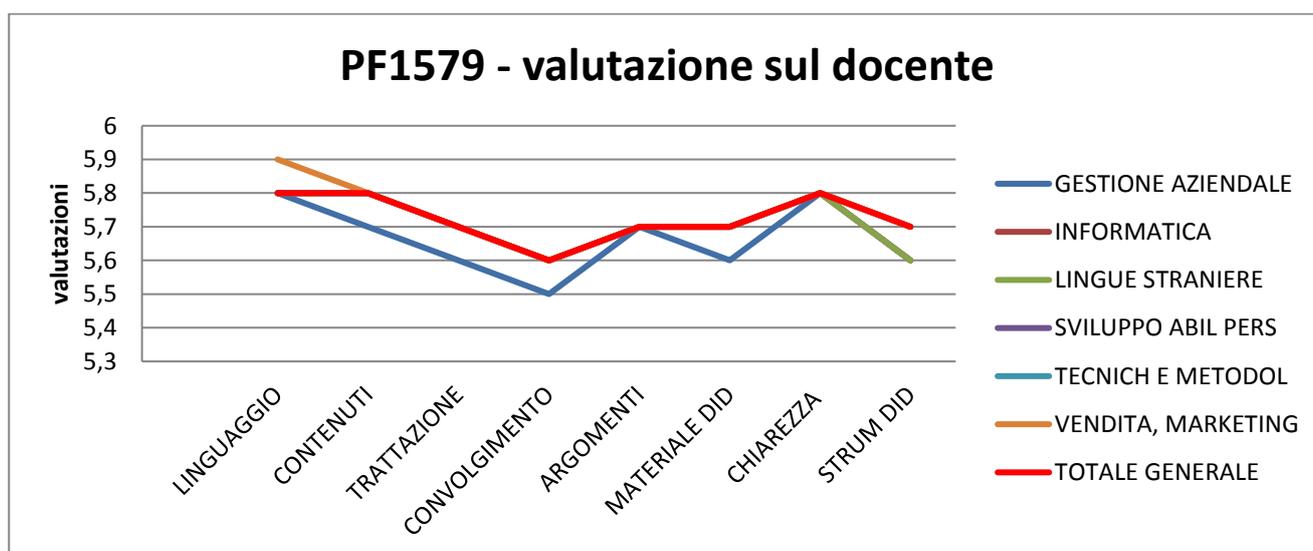
La valutazione complessiva espressa dai partecipanti è molto elevata di 5,75 su 6,0 con i punteggi più alti (5,8/6,00) alle voci

- > 1_linguaggio
- > 2_contenuti
- > 7_chiarezza

Sono stati utilizzati docenti di fascia A,B,C (rispettando quanto previsto a progetto per ogni singolo modulo) con curriculum adeguato agli obiettivi di piano, e selezionati tra i docenti storici normalmente utilizzati dagli attuatori nel corso della loro attività formativa.

A tal proposito si sottolinea che tale storicità di relazioni e la possibilità di affidare incarichi programmati in un numero elevato di ore/docenza, ha permesso agli attuatori di ottenere una riduzione dei costi di docenza rispetto alle previsioni di budget.

TEMATICHE FORMATIVE	n° edizioni monitorate	n° risposte ottenute
GESTIONE AZIENDALE	5	29
INFORMATICA	6	24
LINGUE STRANIERE	8	37
SVILUPPO ABILITA' PERSONALI	26	162
TECNICHE E METODOLOGIE	23	140
VENDITA, MARKETING	14	104
	82	496



TAB 3 - Sintesi valutazioni: domande da 1 a 5

	1 Il docente ha utilizzato un linguaggio appropriato e si è dimostrato puntuale e disponibile	2 Ha proposto contenuti aggiornati e coerenti	3 Il docente ha distribuito il tempo in modo funzionale ad una trattazione efficace e completa dei contenuti previsti	4 Ha coinvolto i partecipanti con esercitazioni pratiche	5 Ha sviluppato gli argomenti in funzione all'obiettivo prefissato
TEMATICHE FORMATIVE	LINGUAGGIO	CONTENUTI	TRATTAZIONE	CONVOLGIMENTO	ARGOMENTI
GESTIONE AZIENDALE	5,8	5,7	5,6	5,5	5,7
INFORMATICA	5,8	5,8	5,7	5,6	5,7
LINGUE STRANIERE	5,8	5,8	5,7	5,6	5,7
SVILUPPO ABIL PERS	5,8	5,8	5,7	5,6	5,7
TECNICH E METODOL	5,8	5,8	5,7	5,6	5,7
VENDITA, MARKETING	5,9	5,8	5,7	5,6	5,7
TOTALE GENERALE	5,8	5,8	5,7	5,6	5,7

TAB 3 - Sintesi valutazioni: domande da 2 a 8

	6 Ha utilizzato materiale didattico chiaro, completo e coerente con i contenuti	7 I contenuti sono stati trasmessi con chiarezza espositiva	8 Gli strumenti didattici sono stati utilizzati dal docente in modo adeguato e pertinente alle esigenze teorico – pratiche del corso (lavagna luminosa, PC con proiettore, videoregistratore,)			
	MATERIALE DID	CHIAREZZA	STRUM DID		n° edizioni monitorate	n° risposte ottenute
GESTIONE AZIENDALE	5,6	5,8	5,6		5	29
INFORMATICA	5,7	5,8	5,6		6	24
LINGUE STRANIERE	5,7	5,8	5,6		8	37
SVILUPPO ABIL PERS	5,7	5,8	5,7		44	162
TECNICH E METODOL	5,7	5,8	5,7		27	140
VENDITA, MARKETING	5,7	5,8	5,7		15	104
TOTALE GENERALE	5,7	5,8	5,7		105	496

4. Questionario etero-valutazione (da parte del docente) (tab 4)

La presente sezione del rapporto illustra, attraverso la percezione del docente, la qualità della struttura e della sua organizzazione e la “risposta” dei partecipanti al clima d’aula.

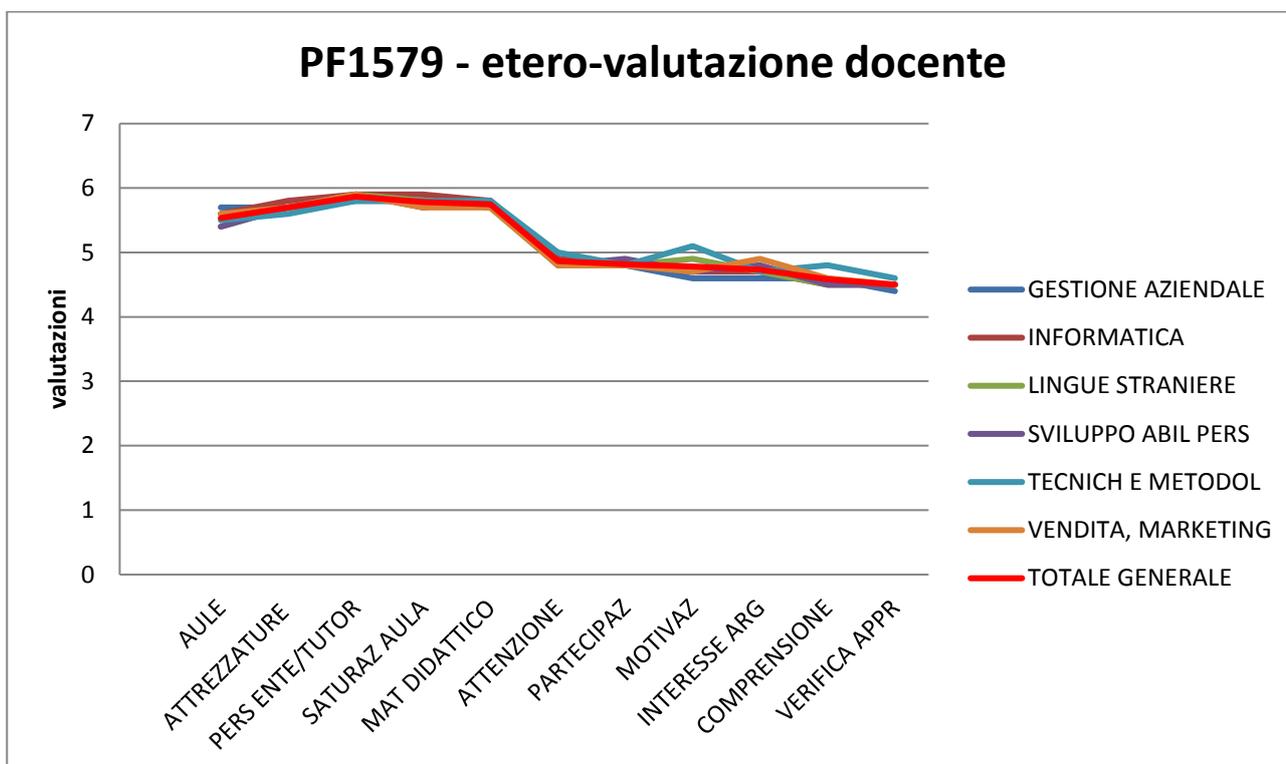
Ai docenti è stato chiesto di esprimere la loro valutazione lungo una scala numerica da 1 a 6. (dove 1=per niente d’accordo e 6=totalmente d’accordo).

Sono stati monitorate tutte la 82 edizioni dei corsi erogati in aula con la raccolta di 69 schede di valutazione espresse dai docenti.

I docenti per quasi tutti i corsi hanno espresso valutazioni molto omogenee positive (media 5,7) su organizzazione e struttura e altrettanto omogenee pur se di livello inferiore sul “clima” d’aula (media 4,7).

Il questionario utilizzato per l’etero-valutazione è riportato in ALL8.

TEMATICHE FORMATIVE	n° edizioni	n° schede valutate
GESTIONE AZIENDALE	5	5
INFORMATICA	6	3
LINGUE STRANIERE	8	9
SVILUPPO ABILITA' PERSONALI	26	10
TECNICHE E METODOLOGIE	23	16
VENDITA, MARKETING	14	26
	82	69



TAB 4 - Sintesi valutazioni: domande da 1 a 5

STRUTTURA ED ORGANIZZAZIONE CORSI

	1 Le aule e i laboratori erano adeguati alle attività formative da realizzare	2 La funzionalità e la qualità delle attrezzature presente in aula era adeguata	3 Gli interventi e le attività del tutor e/o del personale dell'ente formativo sono stati efficaci per lo svolgimento del corso (presentazione, assistenza a problemi pratici, intermediazione docenti/allievi...)	4 Il numero di allievi presenti in aula era adeguato al raggiungimento degli obiettivi formativi	5 Il materiale didattico a disposizione degli allievi era adeguato al raggiungimento degli obiettivi formativi
TEMATICHE FORMATIVE	AULE	ATTREZZATURE	PERS ENTE/TUTOR	SATURAZ AULA	MAT DIDATTICO
GESTIONE AZIENDALE	5,7	5,7	5,8	5,8	5,7
INFORMATICA	5,6	5,8	5,9	5,9	5,8
LINGUE STRANIERE	5,4	5,7	5,9	5,8	5,7
SVILUPPO ABIL PERS	5,4	5,7	5,9	5,7	5,8
TECNICH E METODOL	5,5	5,6	5,8	5,8	5,8
VENDITA, MARKETING	5,6	5,7	5,9	5,7	5,7
TOTALE GENERALE	5,5	5,7	5,9	5,8	5,8

TAB 4 - Sintesi valutazioni: domande da 1 a 6
VALUTAZIONE ALLIEVI

	6 Livello di attenzione	7 Livello di partecipazione	8 Motivazione	9 Interesse argomenti trattati	10 Livello comprensione argomenti	11 Verifica apprendimento
TEMATICHE FORMATIVE	ATTENZIONE	PARTECIPAZ	MOTIVAZ	INTERESSE ARG	COMPRESIONE	VERIFICA APPR
GESTIONE AZIENDALE	4,9	4,8	4,6	4,6	4,6	4,4
INFORMATICA	4,9	4,8	4,7	4,7	4,5	4,5
LINGUE STRANIERE	4,8	4,8	4,9	4,7	4,5	4,5
SVILUPPO ABIL PERS	4,8	4,9	4,7	4,8	4,5	4,5
TECNICH E METODOL	5,0	4,8	5,1	4,7	4,8	4,6
VENDITA, MARKETING	4,8	4,8	4,7	4,9	4,6	4,5
TOTALE GENERALE	4,9	4,8	4,8	4,7	4,6	4,5

CERTIFICAZIONE DEGLI ESITI

Il Piano ha rilasciato le seguenti tipologie di documenti di attestazione degli esiti a favore del lavoratore che ha svolto la formazione:

> **Attestato di frequenza:** agli allievi che hanno maturato il numero minimo di presenze (70% da registro). E' stato realizzato un attestato nel quale sono state indicate tutte le caratteristiche del percorso formativo svolto. Titolo, tipologia, durata, contenuti.

> **Dichiarazione delle Competenze:** ai partecipanti che hanno superato con esito positivo la prova di fine modulo è stata rilasciata una "Scheda Capacità e Conoscenze" o di "Dichiarazione delle Competenze" acquisite in base ai contenuti del percorso svolto.

Per la verifica ed attestazione degli esiti della formazione sono state utilizzate **Verifiche strutturate dell'apprendimento**

DIFFUSIONE DEI RISULTATI

Le attività di diffusione dei risultati sono state realizzate in gran parte nella fase finale di realizzazione del Piano e si sostanziano in pubblicazione di news, articoli e comunicati sui siti del soggetto presentatore Confcommercio Imprese per l'Italia di Pordenone, degli attuatori (Terziaria Srl Pordenone e I.F.O.A. spa), oltre che con l'invio di un'informativa finale alle aziende beneficiarie e alle aziende associate.

Una ulteriore diffusione dei risultati è prevista anche dopo la chiusura del Piano nell'ambito di eventi e seminari organizzati dalla Associazione Confcommercio imprese per l'Italia attraverso le azioni sindacali (riunioni dei consigli e delle assemblee dei vari gruppi merceologici) che saranno effettuate nel corso di tutto il 2018.

CRITICITÀ RISCONTRATE

Il tempo trascorso tra la raccolta delle adesioni e l'approvazione del piano, circa 8/9 mesi, (e la conseguente tempistica di avvio dei corsi) ha modificato il quadro illustrato in fase di progettazione.

Questo ritardo ha infatti portato alla rinuncia di alcune aziende a partecipare alle attività formative alle quali avevano aderito in fase di progettazione. Si sono verificate rinunce di aziende che nel frattempo hanno deciso di effettuare la formazione attraverso altri canali, oppure perché il personale che prevedevano di mandare in formazione non era più in forza presso l'impresa stessa.

Tutto ciò ha determinato la necessità di effettuare una nuova ed importante attività di promozione. E' stato necessario potenziare l'attività di ricerca di nuove aziende che avessero le prerogative specifiche per poter partecipare al progetto formativo Fondo For.Te ed avessero in programma di formare il personale.

Questo scenario ha determinato la programmazione di una nuova campagna di sensibilizzazione e di analisi del territorio e il potenziamento delle attività di consulenza aziendale (previste con i Checkpoint) per spiegare alle imprese le opportunità formative che offriva il Piano ed ha generato un dispendio di energie superiore a quanto si era calcolato inizialmente.

Nel dettaglio la "movimentazione" AZIENDE ha registrato 54 imprese movimentate, di cui 16 aziende che hanno rinunciato e 48 nuove aziende che hanno richiesto di entrare nel piano formativo).

Questa fase è stata svolta prevalentemente con l'utilizzo di personale degli attuatori che si è occupato, oltre che di indirizzare la attività del gruppo di lavoro che ha gestito i Checkpoint Re-start, anche della fase di ri-progettazione di alcune attività resa necessaria dal contesto appena evidenziato.

Questo il dettaglio della "movimentazione" MODULI FORMATIVI (24 moduli di cui 14 nuovi d'aula e 10 FAD)

NUOVI MODULI D'AULA (4)

1. CAMERIERA AI PIANI: TECNICHE DI LAVORO E CONSIGLI PRATICI
2. TECNOLOGIE INNOVATIVE PER LA CUCINA DEL BENESSERE
3. CUCINARE LE CARNI
4. LATTE ART – AVANZATO

NUOVI MODULI IN SOSTITUZIONE DI ALTRETTANTI PUR PROGRAMMATI MA NON REALIZZATI (20)

In modalità Aula (10)

1. PIANIFICAZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI TECNICO CONSULENZIALI ALLE PMI DEL TERZIARIO
2. TEAM WORK - LIV. AVANZATO
3. CAMERIERA AI PIANI: TECNICHE DI LAVORO E CONSIGLI PRATICI
4. COMUNICAZIONE EMPATICA
5. LINGUA TEDESCA - LIV.2
6. TECNOLOGIE INNOVATIVE PER LA CUCINA DEL BENESSERE
7. CREARE E MODIFICARE DATABASE - AVANZATO
8. PIANIFICAZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI TECNICO CONSULENZIALI ALLE PMI DEL TERZIARIO - LIVELLO 2
9. CUCINARE LE CARNI
10. LATTE ART - AVANZATO

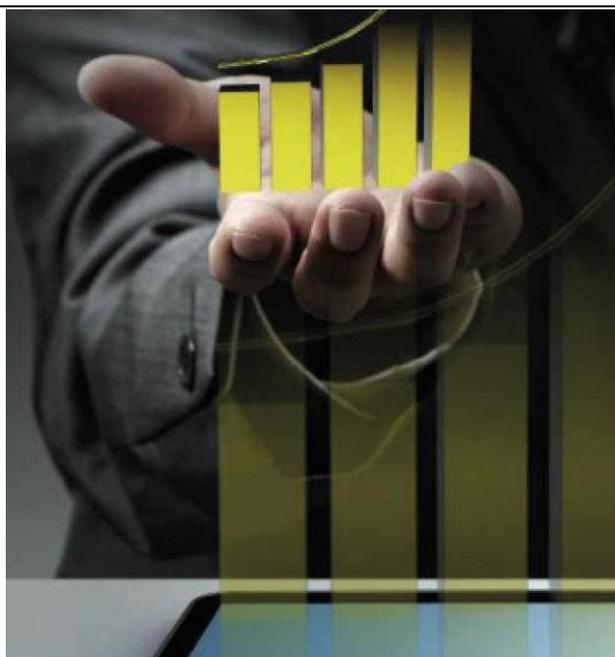
In modalità FAD (10)

1. PIANIFICAZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI TECNICO CONSULENZIALI ALLE PMI DEL TERZIARIO
2. WEB MARKETING
3. LA COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE
4. GESTIRE AL MEGLIO IL MOMENTO DELLA VENDITA
5. GESTIRE LE EMOZIONI
6. SVILUPPARE LA PROPRIA AUTOSTIMA
7. SVILUPPARE LA CAPACITA' DI LEADERSHIP
8. ESSERE PERSUASIVI PER FAVORIRE UNA COOPERAZIONE VINCENTE
9. GESTIRE LA RELAZIONE CON IL CLIENTE
10. GESTIRE LE EMOZIONI E I CONFLITTI

RIEPILOGO TABELLE E ALLEGATI

TAB 1	pag	14
TAB 2	pag	16
TAB 3	pag	18
TAB 4	pag	20

ALL 1	pag	22
ALL 2	pag	23
ALL 2f	pag	24
ALL 3	pag	25
ALL 3f	pag	26
ALL 4	pag	27
ALL 5	pag	28
ALL 6	pag	39
ALL 7	pag	31
ALL 8	pag	32
ALL 9	pag	33



IL NUOVO CONSUMATORE NELL'ERA DELLA WEB ECONOMY

ASCOLTARE - EMOZIONARE - COINVOLGERE

153 CORSI IN AULA E ONLINE
6 AREE FORMATIVE INTEGRATE
2 ANNI DI OPPORTUNITÀ

PRESENTAZIONE DEL PERCORSO

MERCOLEDÌ 3 FEBBRAIO 2016 | ORE 15.00
PALAZZO MONTEREALE MANTICA PORDENONE

Terziaria e IFOA progettano e realizzano corsi di formazione nei settori del Commercio, del Turismo, dei Servizi e delle Professioni.

Terziaria e IFOA gestiscono i piani personalizzati ed i percorsi aziendali su misura di questo piano biennale, selezionando i docenti e consulenti più specializzati.

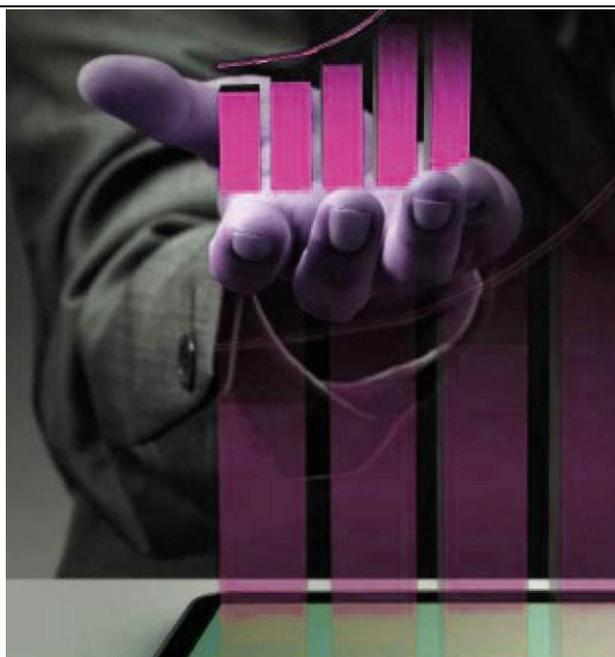
Tutti i corsi sono gratuiti per i partecipanti.

PROGRAMMA

14.45	accoglienza
15.00	Massimo Giordano , Confcommercio Pordenone e Mauro Agricola , EbiTer FVG Comitato di Pordenone
15.15	"Il nuovo consumatore nell'era della web economy. Ascoltare - emozionare - coinvolgere" a cura di Gianni Barbon
16.30	presentazione dei corsi e domande dal pubblico
17.00	fine lavori



Sapere utile



IL CONSUMO NELL'ERA DEL WEB MOBILE E DEI SOCIAL NETWORK

153 CORSI IN AULA E ONLINE
6 AREE FORMATIVE INTEGRATE
2 ANNI DI OPPORTUNITÀ

PRESENTAZIONE DEL PERCORSO

MERCOLEDÌ 10 FEBBRAIO 2016 | ORE 15.00
PALAZZO MONTEREALE MANTICA PORDENONE

Terziaria e IFOA progettano e realizzano corsi di formazione nei settori del Commercio, del Turismo, dei Servizi e delle Professioni.

Terziaria e IFOA gestiscono i piani personalizzati ed i percorsi aziendali su misura di questo piano biennale, selezionando i docenti e consulenti più specializzati.

Tutti i corsi sono gratuiti per i partecipanti.

PROGRAMMA

- 14.45 accoglienza
- 15.00 intervento di **Massimo Giordano**,
Confcommercio Pordenone e
Marco Fabio Correggi IFOA Triveneto
- 15.20 **Dal sito tradizionale alla vendita online:
il mercato globale e il mercato Italia**
- 16.20 **E-commerce e posizionamento sul web:
creare un negozio virtuale di successo**
interventi a cura di **Francesco Zei**
- 17.00 dibattito e fine lavori



Presenze seminari di avvio piano



invito ad un incontro di assistenza Checkpoint Re-start

DIFFUSIONE RISULTATI PF1579



**MARTEDI' 8 MARZO 2016 presso
SALA GIUNTA CONFCOMMERCIO - ASCOM PORDENONE
INIZIO ALLE ORE 14.45**

come ti ho già anticipato, stiamo mettendo a punto uno strumento utile alle nostre imprese che, indipendentemente dal settore di appartenenza, le aiuti a formulare una

**AUTOVALUTAZIONE
DEL PROPRIO POSIZIONAMENTO COMPETITIVO
IN RIFERIMENTO ALLE AREE TIPICHE DELLA GESTIONE AZIENDALE**



Si tratta di avviare un confronto con un gruppo, formato da 10/15 imprenditori, su uno strumento di analisi, che abbiamo chiamato **“CHECK POINT re-start”**, per

1) verificare

- una serie definita di *domande chiave*
- una serie definita di possibili risposte che indichino *punti forti e punti deboli* dell'impresa

2) impostare

l'indice di un report (per gruppi di imprese e/o per singola impresa) che evidenzi gli aspetti salienti dell'analisi e che individui:

- una serie definita di possibili *aree critiche* da risolvere
- una serie definita di possibili *aree forti* da mantenere e/o ulteriormente rafforzare
- le *priorità di intervento* (organizzazione/processi/tecnologie/formazione/consulenza/ecc)

3) definire

uno strumento agile e semplice che aiuti l'imprenditore a scegliere (per la sua specifica realtà imprenditoriale) gli *“ingredienti giusti”* della *“sua ricetta”* di RE-START

COME CAPIRE QUALI SONO I BISOGNI FORMATIVI DELLA TUA AZIENDA
(in quali corsi vale la pena investire tempo e denaro)

COME CAPIRE QUALI SONO LE AREE GESTIONALI MAGGIORMENTE CRITICHE NELLA TUA AZIENDA
(dove vale la pena indirizzare il cambiamento/miglioramento)

COME REALIZZARE PERCORSI AZIENDALI FORMATIVI E DI CRESCITA IN LINEA CON GLI OBIETTIVI
(scegliere tra le proposte formative presenti sul mercato quelle più utili per l'impresa)

Le riunioni di Checkpoint



Scheda domande chiave per autovalutazione competitiva

1	ascoltiamo con metodo il mercato e prendiamo decisioni in base ai bisogni emergenti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2	riusciamo a farci riconoscere il vero valore che offriamo i clienti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3	eseguiamo in modo efficace ed efficiente le attività chiave	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4	la qualità dell'esecuzione delle nostre attività è alta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5	gli strumenti di comunicazione sono ben percepiti dai clienti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6	la nostra capacità di proporre novità e innovazione è un valore importante per i nostri clienti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7	per i clienti il nostro marchio è forte	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8	i nostri costi sono facilmente valutabili	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9	per i nostri collaboratori/ partner sono chiare le strategie per il futuro del nostro marchio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	i nostri margini sono messi a rischio dalle nuove tecnologie e dai nuovi strumenti di comunicazione	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	siamo preparati a soddisfare le nuove richieste dei clienti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12	i nostri clienti sono soddisfatti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14	i concorrenti minacciano di offrire un prezzo o un valore migliore	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15	sappiamo offrire nuovi servizi adatti a rispondere ai bisogni odierni dei clienti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16	abbiamo buone relazioni di lavoro con i nostri partner chiave	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17	possiamo aumentare i clienti offrendo servizi aggiuntivi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
18	potremmo utilizzare risorse meno costose per ottenere lo stesso risultato	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20	possiamo migliorare la relazione con i clienti grazie a una comunicazione diversa	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
PARTE PER IL FACILITATORE											
A	spiegare il meno possibile										
B	tempo per 20 risposte (tempo limitato) 5 min max										
C	il tester può fare domande (da segnare)										
D	il tester può saltare una risposta (da segnare)										
E											

RISULTATO ANALISI SWOT GRUPPI [10 INTERVISTE]

la qualità dell'esecuzione delle nostre attività è alta - siamo preparati a soddisfare le nuove richieste dei clienti - i nostri clienti sono soddisfatti - sappiamo offrire nuovi servizi adatti a rispondere ai bisogni odierni dei clienti - possiamo migliorare la relazione con i clienti grazie a una comunicazione diversa

i nostri margini sono messi a rischio dalle nuove tecnologie e dai nuovi strumenti di comunicazione

possiamo aumentare i clienti offrendo servizi aggiuntivi - potremmo utilizzare risorse meno costose per ottenere lo stesso risultato

riusciamo a farci riconoscere il vero valore che offriamo i clienti - gli strumenti di comunicazione sono ben percepiti dai clienti - per i nostri collaboratori/partner sono chiare le strategie per il futuro del nostro marchio

- attività molto allineate, punteggi alti, una ottima consapevolezza di quello che rappresenta il valore della reputazione data dal marchio che si è affermato nel tempo grazie a servizi ben percepiti dal cliente. Attenzione per le nuove richieste del cliente, apertura verso il cambiamento che potrebbe essere supportata da una comunicazione più efficace, nell'affermazione di miglioramento di relazione grazie ad una comunicazione "diversa" si apre una possibile indagine per comprendere se il bisogno è legato al marketing operativo o allo sviluppo del personale.
- in particolare questa affermazione rappresenta la maggiore distanza fra le risposte, denuncia una percezione dei singoli molto diversa rispetto alla comunicazione dei nuovi media e soprattutto all'utilizzo da parte del cliente di strumenti digitali di informazione. È auspicabile una ulteriore verifica che riguarda le abilità delle singole imprese di avere una presenza digitale e soprattutto di avere conoscenza di cosa significa abitare la Rete. Potrebbe avere senso colmare la mancanza di conoscenza con un corso in cui si mostrano esempi virtuosi senza entrare nelle modalità d'uso dei nuovi strumenti per facilitare la comprensione ed evitare resistenza al cambiamento.
- risposte molto distanti, è probabile che per alcuni i servizi da aggiungere alla attuale offerta siano poco chiari e soprattutto che ci sia il dubbio se attivarli attraverso la propria organizzazione oppure se partire attraverso alleanze, sviluppo da dentro oppure cerco fuori? La percezione di fondo è che bisogna muoversi dalla propria posizione e che non basta più quello che offriamo, è necessario indagare in modo puntuale, azienda per azienda, per comprendere quali sono le vocazioni e soprattutto il riconoscimento dei valori e dei comportamenti che i clienti percepiscono. Questo punto di partenza potrebbe essere utile per avviare nuovi processi di accorpamento e sviluppo di attività diversificate per i clienti del futuro.
- per qualche azienda è importante rendere chiare le proprie strategie e in particolare la propria identità rispetto al mercato, condividerla con tutti coloro che collaborano sia internamente sia esternamente. Ricostruire vision e mission è un lavoro che dovrebbero tutti fare almeno ogni 5 anni. Solo per qualcuno è fondamentale lavorare sugli strumenti di comunicazione e uscire dal mercato del prezzo e della semplice soddisfazione dei bisogni. Potrebbe essere interessante offrire dei corsi per riqualificare il personale e di marketing operativo.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	totale	nr risp	media	basso	alto	a-b	
FORZA - DEBOLEZZA																								
ascoltiamo con metodo il mercato e prendiamo decisioni in base ai bisogni emergenti	8	5	6	9	8	9	10	5	7	7								75	10	7,5	5	10	5	
riusciamo a farci riconoscere il vero valore che offriamo i clienti	7	4	7	8	8	8	8	8	9	6								71	10	7,1	4	9	5	
eseguiamo in modo efficace ed efficiente le attività chiave	5	6	5	7	7	8	10	8	8	8								74	10	7,4	5	10	5	
la qualità dell'esecuzione delle nostre attività è alta	6	8	6	7	8	8	7	9	10	8								77	10	7,7	6	10	4	
gli strumenti di comunicazione sono ben percepiti dai clienti	8	8	4	8	7	8	8	8	9	7								77	10	7,7	4	9	5	
la nostra capacità di proporre novità e innovazione è un valore importante per i nostri clienti	7	9	10	10	9	7	6	10	7	9								84	10	8,4	6	10	4	
per i clienti il nostro marchio è forte	9	8	10	8	8	9	7	10	10	9								88	10	8,8	7	10	3	
i nostri costi sono facilmente valutabili	8	9	10	8	8	10	10	7	8	8								85	10	8,5	5	10	5	
per i nostri collaboratori/partner sono chiare le strategie per il futuro del nostro marchio	8	7	5	10	7	9	6	3	8	7								70	10	7,0	3	10	7	
i nostri margini sono messi a rischio dalle nuove tecnologie e dai nuovi strumenti di comunicazione	5	3	10	1	3	5	5	5	1	7								60	10	6,0	1	10	9	
siamo preparati a soddisfare le nuove richieste dei clienti	5	7	8	7	8	8	7	8	9	8								79	10	7,9	7	9	2	
i nostri clienti sono soddisfatti	9	6	8	9	8	8	7	9	9	9								82	10	8,2	6	9	3	
MINACCE																								
i concorrenti minacciano di offrire un prezzo o un valore migliore	7	8	1	6	7	7	3	5	1	4								49	10	4,9	1	8	7	
sappiamo offrire nuovi servizi adatti a rispondere ai bisogni odierni dei clienti	5	2	7	5	7	8	7	8	8	10								80	10	8,0	7	10	3	
abbiamo buone relazioni di lavoro con i nostri partner chiave	8	6	10	8	6	9	10	9	9	10								82	10	8,2	5	10	5	
OPPORTUNITÀ																								
possiamo aumentare i clienti offrendo servizi aggiuntivi	5	3	10	3	7	6	3	9	8	9								66	10	6,6	3	10	7	
potremmo utilizzare risorse meno costose per ottenere lo stesso risultato	7	5	4	2	6	2	1	9	1	7								44	10	4,4	1	9	5	
possiamo migliorare la relazione con i clienti grazie a una comunicazione diversa	6	7	9	9	7	8	7	8	9	10								70	10	7,0	6	10	4	

ANAGRAFICA PARTECIPANTE

Cognome _____ Nome _____

Luogo nascita _____ Prov.() _____ Data nascita _____

Cittadinanza _____ Sesso M F _____

E-mail _____ Assunzione Ex Legge 68 SI NO _____

Azienda _____ Comune _____ Prov. () _____

Titolo di studio:

- Nessun Titolo/Licenza Elementare
- Licenza Media
- Qualifica Professionale
- Diploma di Scuola Media Superiore
- Titolo post-diploma non universitario
- Laurea e successive specializzazioni

Inquadramento

- Operaio generico
- Operaio qualificato
- Impiegato direttivo
- Impiegato amministrativo e tecnico
- Quadro
- Dirigente

Tipologia contrattuale:

- Contratto a tempo indeterminato
- Contratto a tempo determinato
- Lavoratore Part-Time a tempo determinato
- Lavoratore Part-Time a tempo indeterminato
- Apprendistato
- Contratto di inserimento lavorativo
- Lavoro intermittente a tempo indeterminato
- Lavoro intermittente a tempo determinato
- Lavoro a progetto
- Lavoro occasionale
- Lavoro accessorio
- Lavoratore in CIG/CIGS
- Lavoratore in mobilita'
- Coadiuvante familiare
- Imprenditore

RILEVAZIONE ASPETTATIVE

Come è giunto a conoscenza dell'intervento?: (indicare una sola risposta)

- Dalla lettura di manifesti o depliant di pubblicità dell'intervento
- Attraverso la navigazione su Internet
- Dalla lettura della stampa quotidiana
- Da spot radio/televisivi di pubblicità dell'intervento
- E' stato informato telefonicamente o per lettera dalla struttura che ha organizzato l'intervento
- Da amici e conoscenti
- Dall'azienda presso cui lavora
- Da sindacati e associazioni di categoria
- Altro (specificare):

Qual è il motivo principale che l'ha spinto a prendere parte all'intervento?: (indicare una sola risposta)

- Migliorare la propria formazione per svolgere meglio il suo attuale lavoro
- Il corso permette l'acquisizione di competenze utili ai fini della carriera lavorativa
- Aggiornamento/arricchimento delle proprie competenze/conoscenze
- Interesse personale nei confronti degli argomenti dell'attività
- Recente inserimento/reinserimento nel mercato del lavoro
- Ritiene non adeguate le competenze tecnico/professionali acquisite durante il suo percorso d'istruzione
- Partecipano all'attività suoi colleghi o conoscenti
- Altro (specificare):

Che cosa si aspetta di trovare frequentando il corso scelto?: (indicare max 3 risposte)

- Di raggiungere obiettivi utili a livello personale e professionale
- Di frequentare il corso in clima di collaborazione e attenzione alle mie esigenze
- Di poter instaurare un clima di dialogo e confronto con i formatori del corso
- Di poter instaurare un clima di dialogo e confronto con i compagni di corso
- Di poter contare su formatori competenti, seri e preparati
- Di operare in un Centro di formazione funzionale, efficiente e organizzato

Che tipo di attività pensa di svolgere durante il corso?: (indicare una sola risposta)

- Solo materie teoriche
- Solo attività pratica di laboratorio
- Materie teorie e materie pratiche

Quali sono le competenze che si attende di acquisire/migliorare durante il percorso?

Data _____

Firma (leggibile) _____

INFORMATIVA SULLA PRIVACY: Ai sensi del D.Lgs. 196/03, informiamo che i dati raccolti con la presente scheda saranno trattati da Terziaria srl (Centro di Assistenza Tecnica di Ascom Pordenone riconosciuto dalla Regione F.V.G. con Decreto n° 857/Com. del 28.11.2000) e utilizzati ai fini organizzativi e per rendicontazione dell'attività formativa obbligatoria e per eventuali verifiche da parte di organi di controllo. In ogni momento potrete richiedere l'aggiornamento, il blocco o la cancellazione dei dati qui comunicati. Il conferimento dei dati è facoltativo; il mancato conferimento comporta l'impossibilità di eseguire le prestazioni richieste. Titolare del trattamento è Terziaria srl - P.le dei Mutilati n. 4 - 33170 Pordenone – tel. 0434.549411

Confcommercio ASCOM Pordenone / Terziaria srl Piazzale dei Mutilati n°4, 33170 PN | Tel. 0434-549411 | www.ascom.pn.it
IFOA Via G. Giglioli Valle, n°11, 42124 Reggio Emilia | Tel +39 0522-329111 | www.ifoait

QUESTIONARIO DI GRADIMENTO

FOR.TE AVVISO 2/14 - RUP PF1579_PR980_av214_2

PIANO: “COMMERCIO, RISTORAZIONE, OSPITALITA’: ascoltare, emozionare, coinvolgere “

Corso/modulo: “SAPER AFFRONTARE E GESTIRE SITUAZIONI PROBLEMATICHE: IL CLIENTE DIFFICILE”

Per migliorare la qualità dei nostri servizi, Le chiediamo di darci una valutazione complessiva sull'organizzazione del corso, dando un giudizio, con un voto da 1 a 6, per ognuna delle frasi riportate. Nello spazio per "Osservazioni e Suggerimenti" è inoltre possibile segnalare aspetti o problematiche che hanno caratterizzato il corso.

Scala di giudizio: 1=del tutto in disaccordo; 2=abbastanza in disaccordo; 3=un po' in disaccordo; 4=un po' d'accordo; 5=abbastanza d'accordo; 6=del tutto d'accordo.

1. STRUTTURA ED ORGANIZZAZIONE DEL CORSO

	del tutto in disaccordo			del tutto d'accordo		
1 Le aule e i laboratori erano adeguati alle attività formative da realizzare	1	2	3	4	5	6
2 Il calendario, l'orario e le modalità di erogazione si sono dimostrate compatibili con gli ordinari impegni di lavoro	1	2	3	4	5	6
3 L'approfondimento degli argomenti trattati mi è sembrato equilibrato rispetto agli obiettivi del corso	1	2	3	4	5	6
4 Gli interventi e le attività del tutor e/o del personale dell'ente formativo sono stati efficaci per lo svolgimento del corso (presentazione, assistenza a problemi pratici, intermediazione docenti/allievi...)	1	2	3	4	5	6

2. DIDATTICA, OBIETTIVI E RISULTATI

5 Le metodologie, le modalità e l'impostazione generale del corso si sono rivelate utili e centrate ai fini del raggiungimento degli obiettivi e dell'apprendimento	1	2	3	4	5	6
6 Il programma sviluppato era coerente con le mansioni lavorative da svolgere	1	2	3	4	5	6
7 Penso che le conoscenze e le competenze sviluppate nel corso saranno utili ed efficaci per migliorare il lavoro di ogni giorno, la mia professionalità	1	2	3	4	5	6
8 Le conoscenze e/o competenze che ho acquisito potranno apportare miglioramenti all'azienda in cui lavoro (es. organizzativi, gestionali, produttivi, ecc.)	1	2	3	4	5	6
9 Rispetto a prima del corso, ho migliorato decisamente il livello di conoscenza degli argomenti affrontati	1	2	3	4	5	6

3. SUGGERIMENTI/OSSERVAZIONI

SCHEMA DI VALUTAZIONE DOCENTE

FOR.TE AVVISO 2/14 - RUP PF1579_PR980_av214_2

PIANO: “COMMERCIO, RISTORAZIONE, OSPITALITA': ascoltare, emozionare, coinvolgere “

Corso/modulo: “SAPER AFFRONTARE E GESTIRE SITUAZIONI PROBLEMATICHE: IL CLIENTE DIFFICILE”

Docente: LAURA BERIOTTO

Scala di giudizio: 1=del tutto in disaccordo; 2=abbastanza in disaccordo; 3=un po' in disaccordo; 4=un po' d'accordo; 5=abbastanza d'accordo; 6=del tutto d'accordo.

PARAMETRI DA VALUTARE

	del tutto in disaccordo			del tutto d'accordo		
1 Il docente ha utilizzato un linguaggio appropriato e si è dimostrato puntuale e disponibile	1	2	3	4	5	6
2 Ha proposto contenuti aggiornati e coerenti	1	2	3	4	5	6
3 Il docente ha distribuito il tempo in modo funzionale ad una trattazione efficace e completa dei contenuti previsti	1	2	3	4	5	6
4 Ha coinvolto i partecipanti con esercitazioni pratiche	1	2	3	4	5	6
5 Ha sviluppato gli argomenti in funzione all'obiettivo prefissato	1	2	3	4	5	6
6 Ha utilizzato materiale didattico chiaro, completo e coerente con i contenuti	1	2	3	4	5	6
7 I contenuti sono stati trasmessi con chiarezza espositiva	1	2	3	4	5	6
8 Gli strumenti didattici sono stati utilizzati dal docente in modo adeguato e pertinente alle esigenze teorico – pratiche del corso (lavagna luminosa, PC con proiettore, videoregistratore,)	1	2	3	4	5	6

FOR.TE AVVISO 02/2014**PIANO "COMMERCIO, RISTORAZIONE, OSPITALITA': ASCOLTARE, EMOZIONARE, COINVOLGERE"
RUP PF1579_PR980_AV214_2**

Eterovalutazione

Docente: _____ Data corso: _____

Corso/modulo: "Formazione generale rivolta a tutte le categorie di lavoratori"

Per migliorare la qualità dei nostri servizi, Le chiediamo di darci una valutazione complessiva sull'organizzazione del corso, dando un giudizio, con un voto da 1 a 6, per ognuna delle frasi riportate.

Scala di giudizio: 1=del tutto in disaccordo; 2=abbastanza in disaccordo; 3=un po' in disaccordo; 4=un po' d'accordo; 5=abbastanza d'accordo; 6=del tutto d'accordo.

1. STRUTTURA ED ORGANIZZAZIONE DEL CORSO

	del tutto in disaccordo			del tutto d'accordo		
	1	2	3	4	5	6
1 Le aule e i laboratori erano adeguati alle attività formative da realizzare	1	2	3	4	5	6
2 La funzionalità e la qualità delle attrezzature presente in aula era adeguata	1	2	3	4	5	6
3 Gli interventi e le attività del tutor e/o del personale dell'ente formativo sono stati efficaci per lo svolgimento del corso (presentazione, assistenza a problemi pratici, intermediazione docenti/allievi...)	1	2	3	4	5	6
4 Il numero di allievi presenti in aula era adeguato al raggiungimento degli obiettivi formativi	1	2	3	4	5	6
5 Il materiale didattico a disposizione degli allievi era adeguato al raggiungimento degli obiettivi formativi	1	2	3	4	5	6

Eventuali criticità emerse:

2. VALUTAZIONE ALLIEVI

Si chiede di dare una valutazione complessiva del gruppo-classe

Scala di giudizio: 5=ottimo; 4=buono; 3=discreto; 2=sufficiente; 1= totalmente insufficiente

Valutazione	Giudizio
Livello di attenzione	
Livello di partecipazione	
Motivazione	
Interesse agli argomenti affrontati	
Livello di comprensione degli argomenti trattati	
Verifica apprendimento	

Segnalazione eventuali insufficienze:

Azioni da attuare per il recupero di eventuali insufficienze:

3. SUGGERIMENTI/OSSERVAZIONI

Firma del docente



DIFFUSIONE DEI RISULTATI DEL PIANO FORMATIVO
“SISTEMA PORDENONE”

AVVISO 214_01
Piano formativo RUP: PF1139_PR391_AV214_1

Indice

INTRODUZIONE	pag	3
L'IMPIANTO DIDATTICO COMPLESSIVO	pag	4
INDICATORI QUANTITATIVI DI REALIZZAZIONE	pag	7
INDICATORI DI REALIZZAZIONE	pag	7
INDICATORI QUALITATIVI DI REALIZZAZIONE	pag	9
LE INIZIATIVE TERRITORIALI E STAKEHOLDER	pag	9
DETTAGLIO DELLE VALUTAZIONI DI MONITORAGGIO	pag	9
CERTIFICAZIONE DEGLI ESITI	pag	19
DIFFUSIONE DEI RISULTATI	pag	19
CRITICITA' RICONTRATE	pag	19
RIEPILOGO TABELLE E ALLEGATI		
TAB 1 aspettative partecipanti	pag	11
TAB 2 gradimento partecipanti	pag	14
TAB 3 valutazione docenti	pag	16
TAB 4 etero-valutazioni	pag	18
ALL 1	pag	23
ALL 2	pag	24
ALL 3	pag	26
ALL 4	pag	27
ALL 5	pag	28

INTRODUZIONE

Il Piano "SISTEMA PORDENONE" - RUP: PF1139_PR391_AV214_1 - realizzato da CONFCOMMERCIO IMPRESE PER L'ITALIA – ASCOM Pordenone (presentatore) e da TERZIARIA SRL Pordenone e IFOA Reggio Emilia (attuatori) con l'assistenza tecnica delle Organizzazioni Sindacali (FILCAMS CGIL di Pordenone, FISASCAT CISL di Pordenone, UILTuCS UIL di Pordenone) e dell'Ente Bilaterale del Commercio e del Turismo del Friuli VG, si è posto la finalità di migliorare la competitività delle aziende beneficiarie, micro e piccole imprese del settore CTS della Provincia di Pordenone, e favorire lo sviluppo del terziario del territorio, realizzando interventi volti a far acquisire nuove competenze e aggiornare quelle possedute ai lavoratori coinvolti.

Le attività svolte dal Piano hanno prodotto una serie di risultati strettamente collegati agli obiettivi definiti in sede di progettazione, che in particolare hanno:

- prodotto un generale rafforzamento delle aziende del terziario coinvolte nel piano;
- contribuito alla crescita del capitale umano delle micro e piccole imprese del terziario territoriale e sviluppato nei lavoratori coinvolti nuove competenze;
- riqualificato le risorse umane attraverso la realizzazione di interventi formativi mirati (comunicazione e tecniche di vendita; gestione aziendale, web marketing, formazione e l'aggiornamento degli operatori del settore turistico e della ristorazione).

L'IMPIANTO DIDATTICO COMPLESSIVO

Il progetto ha realizzato le fasi seguenti:

- Fase **“formativa d’aula” e “ON-LINE”** (con 37 edizioni ON-LINE e 72 edizioni D’AULA);
- Fase **“in Itinere ed ex post”** con la erogazione di assistenza tecnica e sindacale all’impresa in una serie di incontri di orientamento con i titolari.

Gli aspetti relativi alla coerenza con le iniziative assunte a livello territoriale si sono concretizzate con il coinvolgimento degli stakeholder strategici del sistema locale (Associazioni e amministrazioni locali) e con la partecipazione dei componenti del gruppo di progettazione del presente piano alla definizione delle linee progettuali per la partecipazione ai bandi PISUS presentati dal Comune di Pn e CCAA.

In coerenza con le finalità generali del Piano, i risultati conseguiti si sono distribuiti su tre differenti livelli:

- **il sistema territoriale** (maggiore competitività); **territorio provinciale Pn**
- **le imprese** (migliori livelli di efficienza ed efficacia dei processi interni); **77 imprese beneficiarie**
- **i lavoratori** (maggiori e/o nuove competenze); **217 lavoratori rendicontati**

Indichiamo nelle pagine seguenti alcuni dati significativi di attuazione del Piano.

LA TEMPISTICA DI ATTUAZIONE

ATTIVITA'	DATA DI ATTUAZIONE
avvio raccolta adesioni	marzo/aprile 2014
presentazione del piano	15/10/2014
approvazione del piano	03/11/2015
avvio attività	21/01/2016
conclusione attività	20/12/2017

LE IMPRESE BENEFICIARIE SUDDIVISE PER SETTORE

SETTORI PRESENTI NEL PIANO	NUMERO DELLE IMPRESE BENEFICIARIE PER SETTORE
COMMERCIO	48 (dettaglio ed ingrosso alimentare e non alimentare)
TURISMO	25 (hotel, ristoranti e bar)
SERVIZI	4
Totale imprese	77

IL RIEPILOGO DELLE ATTIVITÀ REALIZZATE

ATTIVITA' FORMATIVA COMPLESSIVA	tot moduli	tot edizioni
totale formazione ON-LINE	16	37
totale formazione AULA	63	72
totale formazione erogata	79	109

DETTAGLIO MODULI ON-LINE:

TEMATICHE FORMATIVE	tot titoli OL x modulo	tot corsi OL x titolo
---------------------	---------------------------	--------------------------

totale formazione erogata	16	37
<hr/>		
E-CARD - GESTIONE AZIENDALE	2	3
INNOVAZ.NE: SVILUPPARE LA VISIONE STRAT E LA CAPACITÀ DI GEST IL CAMBIAM.TO		2
GESTIONE DEGLI ACQUISTI		1
E-CARD - LINGUE STRANIERE	3	3
TEDESCO GRUNDKURS		1
TEDESCO MITTLESTUFE		1
INGLESE INTERMEDIATE		1
E-CARD - SVILUPPO ABILITA' PERSONALI	5	21
LEADERSHIP ED ECCELLENZA INTERPERSONALE		3
GESTIRE LE EMOZIONI ED I CONFLITTI		6
GESTIRE LO STRESS E SVILUPPARE LA PROPRIA AUTOSTIMA		6
GESTIRE EFFICACEMENTE IL TEMPO E LE INFORMAZIONI		4
GESTIRE EFFICACEMENTE LA COMUNICAZIONE CON I CLIENTI E I COLLEGHI		2
E-CARD - TECNICHE, TECN E METODOL PER L'EROG SERVIZI ECONOMICI	3	4
TURISMO: REVENUE MANAGEMENT		1
WEB MARKETING PER IL SETTORE TURISTICO		2
REVENUE MANAGEMENT		1
E-CARD - VENDITA, MARKETING	3	6
SVILUPPARE UN PIANO DI MARKETING		2
GESTIRE LA RELAZIONE CON IL CLIENTE		3
WEB MARKETING		
	1	

DETTAGLIO MODULI D'AULA

TEMATICHE FORMATIVE MODULI AULA	tot moduli AULA x tematica formativa	tot edizioni x modulo
	63	72
GESTIONE AZIENDALE	6	6
GESTIRE IL PASSAGGIO GENERAZIONALE IN AZIENDA		1
REVISIONE DEI PROCESSI LOGISTICI		1
LA COMUNICAZIONE INTERNA E LA GESTIONE DEL FLUSSO DI LAVORO		
LA NORMA UNI EN ISO 9001:2015. PASSAGGIO, APPLICAZIONE E GESTIONE DELLA NUOVA NORMA		1
LA SELEZIONE DEL PERSONALE		1
REVISIONE DEI PROCESSI LOGISTICI - AVANZATO		1
INFORMATICA	3	3
LA GESTIONE DEI DATI CON EXCEL		1
IL MIO SITO ME LO FACCIIO IO! CREARE E AGGIORNARE SITI/BLOG CON WORDPRESS		1
LA GESTIONE DEI DATI CON EXCEL - AVANZATO		1
LINGUE STRANIERE	10	10
CORSO DI LINGUA INGLESE		1
LINGUA INGLESE LIVELLO INTERMEDIO		1
LINGUA INGLESE LIVELLO AVANZATO		1
CORSO DI LINGUA TEDESCA		1

COMUNICARE IN INGLESE		1
COMUNICARE IN INGLESE - LIV.2		1
INGLESE PER IL COMMERCIO		1
COMUNICARE IN INGLESE - LIV.3		1
COMUNICARE IN INGLESE - LIV.4		1
LINGUA INGLESE		1
SVILUPPO ABILITA' PERSONALI	9	11
LA COMUNICAZIONE CON IL CLIENTE E LA GESTIONE DEI CONFLITTI		1
TEAM WORKING E TECNICHE DI PROBLEM SOLVING		2
LA COMUNICAZIONE EMPATICA		1
PUBLIC SPEAKING		1
GESTIRE MEGLIO IL NOSTRO TEMPO E QUELLO DEL CLIENTE		1
SAPER AFFRONTARE E GESTIRE SITUAZIONI PROBLEMATICHE: IL CLIENTE DIFFICILE		1
COMUNICAZIONE E BRAND IDENTITY		1
COMUNICAZIONE E BRAND IDENTITY – AVANZATO		2
COMUNICAZIONE EFFICACE		1
TECNICHE TECNOLOGIE E METODOLOGIE PER L'EROGAZIONE DI SERVIZI ECONOMICI	15	16
L'ABC DEL VINO PER ADDETTI SALA		1
PREPARARE STUZZICHINI CREATIVI IN POCHI MINUTI		1
WEB MARKETING TURISTICO - SOCIAL E MEDIA MARKETING E PROMOZIONE DEL TERRITORIO		1
WEB MARKETING TURISTICO - SOCIAL E MEDIA MARKETING E PROMOZIONE DEL TERRITORIO_LIV. AVANZATO		1
CICCHETTERIA VENETA E FRIULANA		1
I VINI FRIZZANTI		1
CONOSCERE LE BIRRE		1
PANINO GOURMET		1
CAMERIERA AI PIANI: TECNICHE DI LAVORO E CONSIGLI PRATICI		1
PREPARAZIONE DEI COCKTAIL		1
LATTE ART		2
CAMERIERA AI PIANI: TECNICHE DI LAVORO E CONSIGLI PRATICI - LIV. 2		1
PASTICCERIA MIGNON E LIEVITATI		1
LA CUCINA VEGANA		1
CORSO BARMAN		1
VENDITA, MARKETING	20	26
MARKETING AZIENDALE E TECNICHE DI VENDITA		1
RETAIL MARKETING PER IL COMM: LE 10 AZIONI PER FAR CRESCERE IL FLUSSO DELLA CLIENTELA		1
TECNICHE DI VENDITA PER IL SETTORE RETAIL		1
FACEBOOK: APRI UNA PORTA DIGITALE ALLA TUA ATTIVITÀ		1
E-COMMERCE: WEB MARKETING, DIRECT MARKETING, SOCIAL MARKETING		1
COMUNICAZIONE EFFICACE E TECNICHE DI VENDITA		1
COME CREARE NEWSLETTER EFFICACI		1
WEB MARKETING PER IL COMMERCIO: CREARE UN FUNNEL VERSO IL NEGOZIO		1
COMUNICARE PER IMMAGINI: INSTAGRAM ALLEATO DEL NOSTRO BRAND		1
VETRINISTICA		1
PACKAGING CREATIVO		1
LA VENDITA EMOTIVA		1
GESTIRE IL MOMENTO DELLA VENDITA NEL NEGOZIO DI ABBIGLIAMENTO		1
NATALE SU FACEBOOK		1
VENDERE NEL NEGOZIO DI ABBIGLIAMENTO - LE LEVE DELLA PERSUASIONE		3
IL SITO INTERNET: SFRUTTARE AL MEGLIO LA NOSTRA VETRINA ON LINE		1
L'ARTE DI VENDERE		1
COMUNICARE PER IMMAGINI: INSTAGRAM PER LA RISTORAZIONE E IL TURISMO		1
VENDERE NEL NEGOZIO DI ABBIGLIAMENTO - LE LEVE DELLA PERSUASIONE LIV.2		3
VENDERE STIMOLANDO I SENSI		3

INDICATORI FISICI DI REALIZZAZIONE

INDICATORI DI REALIZZAZIONE

Alla data di conclusione del Piano (20.12.2017) i dati di realizzazione sono risultati i seguenti:

durata del piano

- 23 mesi (avvio 21 gennaio 2016 / chiusura 20 dicembre 2107)

numero imprese beneficiarie

- 77 imprese beneficiarie su 47 previste (140,4%) di cui commercio 48, turismo 25 e servizi 4

numero di lavoratori formati

- sono stati formati 217 singoli lavoratori su 268 previsti (80,97%)
- di cui 47 (17,53%) di genere maschile e 170 (82,47%) di genere femminile

numero di ore di didattica erogata

- sono state erogate 1.235,5 ore su 1.372 previste (pari al 90,01%);
- di cui 1.051 in aula su 1.012 previste;
- di cui 184,5 in ON-LINE su 360 previste;

parametro ore di presenza partecipante

- sono risultate rendicontabili alle attività formative 446 allievi presenti su 538 (82,89%)
- tali presenze sono riferite ai 217 singoli partecipanti effettivi
- l' 85,65% dei partecipanti ha frequentato il 100% di ciascun modulo in cui sono stati coinvolti
- il 14,35% dei partecipanti ha frequentato tra il 70% ed il 100% di ciascun modulo in cui sono stati coinvolti

monte ore di formazione/partecipante

- 5.691,5 complessive ore di formazione fruita dai partecipanti

INDICATORI FISICI	PREVISIONE	REALIZZAZIONE
moduli formativi	47 (42 aula+ 5 fad)	79 (63 aula + 16 fad)
numero edizioni corsi aula	60	72
numero edizioni corsi ON-LINE	40	37
lavoratori avviati in formazione (n° partecipanti unici formati)	268	217 (80,97%)
n° partecipanti con 100% ore di frequenza	//	85,65%
n° partecipanti con ore di frequenza comprese tra 70 e 100%	//	14,35%
imprese beneficiarie (n° rag. sociali)	47	77 (140,4%)
Esiti della formazione	- ATTESTATO - DICHIARAZIONE COMPETENZE - VERIFICHE STRUTTURATE	- ATTESTATO - DICHIARAZIONE COMPETENZE - VERIFICHE STRUTTURATE
Metodologie di apprendimento interattivo	>20%	54,97%
Monte ore FAD	26,24%	9,8%

DETTAGLIO DELLE ATTIVITA' FORMATIVE PER MODULO	PREVISIONE	REALIZZAZIONE
moduli di formazione AULA		
moduli di formazione AULA: tematica GESTIONE AZIENDALE	13	6
moduli di formazione AULA: tematica INFORMATICA	7	3

moduli di formazione AULA: tematica LINGUE STRANIERE	5	10
moduli di formazione AULA: tematica SVILUPPO ABIL PERSONALI	10	11
moduli di formazione AULA: tematica TECNICHE, TECNOLOG E METOD	14	16
moduli di formazione AULA: tematica VENDITE E MARKETING	11	26
moduli di formazione FAD		
moduli di formazione ON-LINE tematica GESTIONE AZIENDALE	10	3
moduli di formazione ON-LINE tematica LINGUE STRANIERE	\	3
moduli di formazione ON-LINE tematica SVILUPPO ABIL PERSONALI	10	21
moduli di formazione ON-LINE tematica TECN, TECNOLOGIE E METODL	10	4
moduli di formazione ON-LINE tematica VENDITE E MARKETING	10	6
totale edizioni attività formative	100	109

INDICATORI QUALITATIVI DI REALIZZAZIONE

LE INIZIATIVE TERRITORIALI ED IL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

Il piano formativo ha colto un momento particolarmente importante per i territori della provincia di Pordenone in quanto il Comune capoluogo ha avviato a bando, nei mesi di gestione di piano, i progetti territoriali POR FESR denominati "PISUS" ("Progetti Integrati di Sviluppo Urbano Sostenibile).

Rispetto ad un tale contesto il presentatore, in collaborazione con l'Istituto FORMAT srl di Roma, ha realizzato una serie ripetuta di indagini ed analisi sulle imprese e sui lavoratori del commercio, del turismo e dei servizi, attraverso le quali sono stati monitorati: i fabbisogni formativi; gli ambiti di intervento strategico ritenuti dalle imprese maggiormente utili alla ripresa economica; le criticità maggiormente sentite da titolari ed addetti.

I risultati della analisi hanno alimentato, oltre che i processi di formazione (contenuti, metodologie, ecc), anche precorsi di assistenza alle aziende, realizzati nella serie di incontri di orientamento con i titolari di impresa.

Per meglio delimitare gli strumenti a supporto della gestione di tali incontri abbiamo collaborato con gli enti locali (Comuni, associazioni, CCIAA, ecc.) e ci siamo avvalsi della attività istituzionale e della conoscenza delle aziende associate del reparto sindacale di Confcommercio Pn.

Nel corso delle numerose riunioni con i titolari delle imprese appartenenti ai Gruppi merceologici dei settori commercio al dettaglio, commercio all'ingrosso, ristorazione, bar, alberghi, servizi, abbiamo promosso il piano e raccolto la serie di "attese" individuando le loro esigenze formative.

Oltre a ciò, l'attività sopra descritta ci ha consentito di ottenere i risultati qui presentati (77 imprese partecipanti, 79 moduli formativi, 109 edizioni, 5.691,5 ore formative erogate, 217 singoli lavoratori formati).

DETTAGLIO DELLE VALUTAZIONI DI MONITORAGGIO

Misurabilità dei risultati attesi

In relazione ai risultati attesi, l'efficacia della formazione è stata misurata attraverso diversi strumenti di rilevazione su diversi livelli di valutazione:

- **Aspettative dei partecipanti:** il livello ha misurato le attese reali dei partecipanti alle quali l'attività formativa ha cercato di rispondere attuando di volta in volta i correttivi necessari. Le valutazioni sono state raccolte attraverso i "questionari di rilevazione aspettative" (ALL2);
- **Percezione del corso:** Il livello ha misurato il grado di soddisfazione dei partecipanti sul corso e sui docenti e il parere dei docenti sul corso. Le valutazioni sono state raccolte attraverso i "questionari di fine corso" (ALL3 - ALL4 - ALL5);
- **Apprendimento:** Il livello ha misurato le conoscenze, capacità ed atteggiamenti acquisiti dai partecipanti al termine del percorso formativo. Gli strumenti utilizzati sono stati i questionari e test per la autovalutazione del possesso di conoscenza (vedi item 6, 7, 8, 9 – ALL 3). Il livello di apprendimento è stato anche misurato in modo indiretto attraverso le valutazioni espresse dai docenti (Item 6, 7, 8, 9, 10, 11 di cui al questionario di ALL.5);
- **Trasferimento ed Impatto della formazione sull'azienda:** Per *trasferimento ed impatto* s'intende l'uso delle conoscenze apprese nel contesto dell'attività formativa e la misura in cui i discenti modificano il loro comportamento lavorativo nei mesi a seguire.

Tali misure (che chiamano in causa i comportamenti dei partecipanti e le modalità di applicazione sul posto di lavoro delle conoscenze acquisite) non sono state direttamente misurate all'interno dell'arco temporale permesso dal Piano in quanto le misure dei cambiamenti intercorsi nel comportamento sul

lavoro seguiti al programma formativo potranno essere verificate nei mesi successivi alla chiusura del piano.

A tal proposito si è pertanto avviato un sistema alternativo alla valutazione raccolta realizzata immediatamente a fine corso e si è preferito impegnare il progetto anche i mesi successivi alla conclusione del piano utilizzando il percorso di analisi e condivisione già avviato e da gestire anche negli anni successivi, mediante l'azione di assistenza tecnica e sindacale del presentatore (Confcommercio Pn) e dell'attuatore (Terziaria srl).

- **I livelli di trasferimento e di impatto sui partecipanti** sono stati, raccolti attraverso le valutazioni espresse dai partecipanti agli Item 3, 6. 8. 9 nel questionario ALL. 3.

In particolare gli item 8 e 9 danno una misura circa la percezione dei partecipanti dello scarto tra il grado di conoscenza dei contenuti in entrata ed in uscita dalle azioni formative.

Efficacia del processo formativo

La presente sezione del rapporto illustra, attraverso i dispositivi di monitoraggio di processo utilizzati lungo l'arco dei 23 mesi, la qualità dell'offerta formativa e complessiva del piano.

Ciò attraverso l'analisi dei risultati delle attività formative valutate a diversi livelli:

- 1°livello: Gradimento del servizio formativo; (questionari di cui agli ALL 2,3,4,5);
- 2°livello: Apprendimento di competenze (questionari di cui agli ALL 2,3,4,5);
- 3°livello: Trasferimento delle competenze sul luogo di lavoro;
- 4°livello: Impatto sulla performance aziendali

I **primi due livelli** sono stati monitorati con la serie di questionari i cui risultati sono espressi nei capitoli successivi:

- **Aspettative in entrata** espresse dei partecipanti (tab1)
- **Gradimento generale ed organizzativo** del corso valutato dai partecipanti (tab2)
- Valutazione dei **docenti** da parte dei partecipanti (tab3)
- Valutazione dei docenti (etero-valutazione) **sulla organizzazione e sui partecipanti** (tab4)

Il **terzo e quarto livello** sono stati monitorati in momenti extra attività formativa ed erogati nelle fasi:

- **in itinere** con realizzazione della iniziativa di assistenza tecnica all'impresa con la quale abbiamo raccolto monitorato con il questionario di ALL1 il giudizio dei titolari al tempo zero sullo stato dell'impresa su 20 item di valutazione competitiva.
- **ex-post** con proseguimento della iniziativa di assistenza tecnica (e dalla erogazione di assistenza tecnica e sindacale all'impresa) attraverso le visite in azienda per colloqui con i referenti dell'organizzazione.

Sarà possibile su specifica richiesta, costruire un percorso di miglioramento che risponda alle esigenze dell'azienda e del lavoratore. Per l'esecuzione di tale percorso è stato costituito uno staff (composto dal coordinatore, due tutor, un docente, un consulente) che svilupperà le analisi di confronto con i 20 item di valutazione competitiva raccolti lungo tutto l'arco del piano ai quali se ne aggiungeranno altri in dipendenza delle sensibilità al processo espresse dalle imprese.

5. Questionario rilevazione aspettative partecipanti (tab 1)

La presente sezione del rapporto ha raccolto le attese dei partecipanti in riferimento alle motivazioni e alle aspettative con la partecipazione al corso.

Sono stati monitorate tutte la 72 edizioni dei corsi erogati in aula con la raccolta di 422 schede di valutazione su 444 presenze partecipanti (pari al 95,04%).

I partecipanti hanno espresso le loro aspettative utilizzando il questionario riportato agli ALL2.

Circa la **modalità di conoscenza** della iniziativa formativa l'81,27% ha citato l'azienda per cui lavora, sottolineando così il ruolo attivo e la volontà dei titolari.

Circa il **motivo per cui si è deciso di partecipare** sono tre le risposte più citate: migliore formazione 57,81%; aggiornamento 20,37%; maggiore competenze 7,34,28%; interesse argomenti 5,40.

Circa le **aspettative** la stragrande maggioranza (81,99%) ha citato il desiderio di ottenere gli obiettivi.

Circa la **attività attesa**, sia teorica che pratica per il 64,21% e solo teorica il 19,66%.

TEMATICHE FORMATIVE	n° edizioni monitorate	n° schede valutate
GESTIONE AZIENDALE	6	25
INFORMATICA	3	13
LINGUE STRANIERE	10	64
SVILUPPO ABILITA' PERSONALI	11	54
TECNICHE E METODOLOGIE	16	91
VENDITA, MARKETING	26	175
	72	422

TAB 1: Sintesi delle valutazioni

1	2	3	4
Come è giunto a conoscenza dell'intervento?: (indicare una sola risposta)	Qual è il motivo principale che l'ha spinto a prendere parte all'intervento?: (indicare una sola risposta)	Che cosa si aspetta di trovare frequentando il corso scelto?: (indicare max 3 risposte)	Che tipo di attività pensa di svolgere durante il corso?: (indicare una sola risposta)

TEMATICHE FORMATIVE

QUESITI	GESTIONE AZIENDALE	INFORM	LINGUE	ABILITA' PERSONALI	TECNICHE TECNOLOGIE	MARKETING VENDITE	TOTALI PREFERENZE
1. CONOSCENZA PIANO							
manifesti/depliant	0	0	0	0	0	1	1
internet	0	0	2	1	2	0	5
stampa quotidiana	0	0	1	0	9	0	10
spot radio/televisivi	0	0	0	0	0	0	0
da ente organizzatore	3	3	9	6	9	17	47
amici e conoscenti	6	0	0	0	2	0	8
dall'azienda di lavoro	3	10	49	50	78	153	343
sindacati e associazioni	0	0	4	0	0	3	7
2. MOTIVO PARTECIPAZIONE							
migliore formazione	8	6	41	34	52	103	244
magg competenze	1	1	2	1	9	17	31
aggiornamento	3	4	9	19	11	40	86
interesse argomenti	0	1	1	2	15	4	23
recente inserimento	0	0	1	0	0	4	5
competenze inadeguate	0	0	0	0	0	4	4
partecipo con colleghi	0	0	0	1	1	1	3
3. ASPETTATIVE							
raggiungere obiettivi	8	13	46	48	69	162	346
collaboraz.ne attenz.ne	1	0	1	3	7	2	14
confronto con formatori	1	0	1	0	3	5	10
confronto con colleghi	2	0	1	1	2	3	9
formatori competenti	0	0	0	0	7	2	9
efficienza ente organ	0	0	0	1	1	0	2
4. ATTIVITA' ATTESA							
solo materie teoriche	7	3	6	12	13	42	83
Solo attività pratica	0	2	0	1	3	5	11
Sia teoria che pratica	5	1	27	41	73	124	271
NUMERO SCHEDE	22	13	64	54	91	175	

6. Questionario rilevazione gradimento partecipanti (tab 2)

La presente sezione del rapporto illustra, attraverso la percezione del lavoratore, la qualità dell'offerta formativa. Ai lavoratori è stato chiesto di esprimere il loro livello di gradimento lungo una scala numerica da 1 a 6. (dove 1=per niente d'accordo e 6=totamente d'accordo).

Sono stati monitorate tutte le 105 edizioni dei corsi erogati in aula con la raccolta di 413 schede di valutazione su 444 presenze partecipanti (pari al 93,01%).

I partecipanti hanno espresso le loro valutazioni in rapporto agli aspetti organizzativi e didattici utilizzando i questionari di gradimento riportati ALL. 3-

La valutazione complessiva espressa dai partecipanti è di 5,37 su 6,0 con i punteggi più alti alle voci

> 3 *"L'approfondimento degli argomenti trattati..."* (5,6/6,00);

> 4 *"..attività del tutor e/o del personale dell'ente formativo.."* (5,7/6,00);

> 5 *"... Le metodologie, le modalità e l'impostazione generale....."* (5,5/6,00)

ed il punteggio più basso alla voce:

>2 *"Il calendario, l'orario e le modalità di erogazione si sono dimostrate...."* (5,3/6,00)

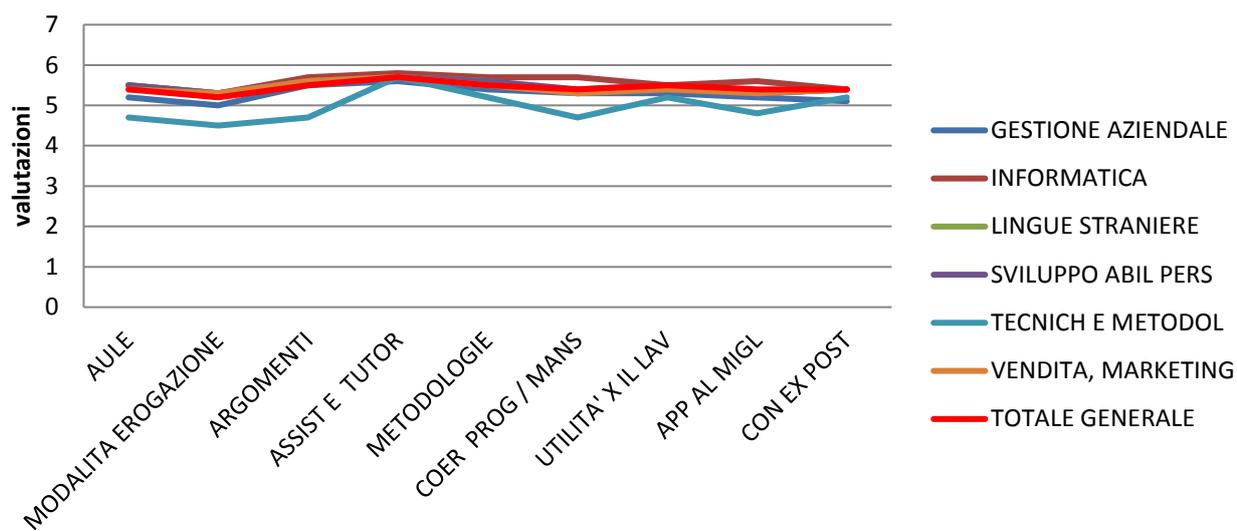
>6 *"Il programma sviluppato era coerente"* (5,3/6,00)

>8 *"Le conoscenze e/o competenze"* (5,3/6,00)

Rispetto alle tematiche formative si evidenzia una valutazione media più bassa, pur se comunque positiva (media 4,70 su 6) riferita ai corsi delle tematiche tecniche ed in particolare collegati questi giudizi all'impatto comunque non facile con le consuete metodiche in uso nel posto di lavoro.

TEMATICHE FORMATIVE	n° edizioni monitorate	n° risposte ottenute
GESTIONE AZIENDALE	6	12
INFORMATICA	3	13
LINGUE STRANIERE	10	65
SVILUPPO ABILITA' PERSONALI	11	57
TECNICHE E METODOLOGIE	16	91
VENDITA, MARKETING	26	175
	72	413

PF 1139 - gradimento partecipanti



TAB 2 - Sintesi delle valutazioni: domande da 1 a 5

TEMATICHE FORMATIVE	1 Le aule e i laboratori erano adeguati alle attività formative da realizzare	2 Il calendario, l'orario e le modalità di erogazione si sono dimostrate compatibili con gli ordinari impegni di lavoro	3 L'approfondimento degli argomenti trattati mi è sembrato equilibrato rispetto agli obiettivi del corso	4 Gli interventi e le attività del tutor e/o del personale dell'ente formativo sono stati efficaci per lo svolgimento del corso (presentazione, assistenza a problemi pratici, intermediazione docenti/allievi...)	5 Le metodologie, le modalità e l'impostazione generale del corso si sono rivelate utili e centrate ai fini del raggiungimento degli obiettivi e dell'apprendimento
	AULE	MODALITA EROGAZIONE	ARGOMENTI	ASSIST E TUTOR	METODOLOGIE
GESTIONE AZIENDALE	5,2	5,0	5,5	5,6	5,4
INFORMATICA	5,5	5,3	5,7	5,8	5,7
LINGUE STRANIERE	5,5	5,3	5,6	5,7	5,6
SVILUPPO ABIL PERS	5,5	5,3	5,6	5,7	5,6
TECNIC E METODOL	4,7	4,5	4,7	5,7	5,2
VENDITA, MARKETING	5,4	5,3	5,6	5,7	5,5
TOTALE GENERALE	5,4	5,3	5,6	5,7	5,5

TAB 2 Sintesi valutazioni: domande da 6 a 9

	6 Il programma sviluppato era coerente con le mansioni lavorative svolgere	7 Penso che le conoscenze e le competenze sviluppate nel corso saranno utili ed efficaci per migliorare il lavoro di ogni giorno la mia professionalità	8 Le conoscenze e/o competenze che ho acquisito potranno apportare miglioramenti all'azienda in cui lavoro (es. organizzativi, gestionali, produttivi, ecc.)	9 Rispetto a prima del corso, ho migliorato decisamente il livello di conoscenza degli argomenti affrontati		
TEMATICHE FORMATIVE	COER PROG / MANS	UTILITA' X IL LAV	APP AL MIGL	CON EX POST	n° edizioni monitorate	n° risposte ottenute
GESTIONE AZIENDALE	5,3	5,3	5,2	5,1	6	25
INFORMATICA	5,7	5,5	5,6	5,4	3	13
LINGUE STRANIERE	5,3	5,5	5,3	5,4	10	61
SVILUPPO ABIL PERS	5,4	5,5	5,3	5,4	11	58
TECNICH E METODOL	4,7	5,2	4,8	5,2	16	184
VENDITA, MARKETING	5,3	5,4	5,3	5,4	26	177
TOTALE GENERALE	5,3	5,4	5,3	5,4	72	518

Nel caso di corsi ON-LINE, oltre ai test di verifica previsti dalla piattaforma (avvio, durata, chiusura, ecc.) specificati nella descrizione dei progetti ON-LINE, sono state eseguiti dei monitoraggi in relazione all'accessibilità e alla fruibilità della piattaforma e delle funzioni sia didattiche che di supporto operativo dello stesso portale operate dal personale di segreteria e tutoraggio costantemente a disposizione dei partecipanti in assistenza telefonica.

3 . Questionario di valutazione docente (tab 3)

La presente sezione del rapporto illustra, attraverso la percezione del lavoratore, la qualità del docente. Ai lavoratori è stato chiesto di esprimere il loro livello di gradimento lungo una scala numerica da 1 a 6. (dove 1=per niente d'accordo e 6=totamente d'accordo).

Sono stati monitorate tutte la 72 edizioni dei corsi erogati in aula con la raccolta di 467 schede di valutazione su 444 presenze partecipanti (pari al 105,18%). In questo caso le schede sono maggiori del numero di partecipanti in quanto in alcune edizioni si registra la presenza di 2 docenti

I partecipanti hanno espresso le loro valutazioni utilizzando il questionario di gradimento riportato in ALL. 4.

La valutazione complessiva espressa dai partecipanti è molto elevata di 5,73 su 6,0 con i punteggi più alti (5,8/6,00) alle voci

- > 1_linguaggio
- > 2_contenuti
- > 7_chiarezza

Sono stati utilizzati docenti di fascia A,B,C (rispettando quanto previsto a progetto per ogni singolo modulo) con curriculum adeguato agli obiettivi di piano, e selezionati tra i docenti storici normalmente utilizzati dagli attori nel corso della loro attività formativa.

A tal proposito si sottolinea che tale storicità di relazioni e la possibilità di affidare incarichi programmati in un numero elevato di ore/docenza, ha permesso agli attuatori di ottenere una riduzione dei costi di docenza rispetto alle previsioni di budget.

TEMATICHE FORMATIVE	n° edizioni monitorate	n° risposte ottenute
GESTIONE AZIENDALE	6	25
INFORMATICA	3	13
LINGUE STRANIERE	10	66
SVILUPPO ABILITA' PERSONALI	11	59
TECNICHE E METODOLOGIE	16	95
VENDITA, MARKETING	26	209
	72	467

TAB 3 - Sintesi valutazioni: domande da 1 a 5

TEMATICHE FORMATIVE	1 Il docente ha utilizzato un linguaggio appropriato e si è dimostrato puntuale e disponibile	2 Ha proposto contenuti aggiornati e coerenti	3 Il docente ha distribuito il tempo in modo funzionale ad una trattazione efficace e completa dei contenuti previsti	4 Ha coinvolto i partecipanti con esercitazioni pratiche	5 Ha sviluppato gli argomenti in funzione all'obiettivo prefissato
	LINGUAGGIO	CONTENUTI	TRATTAZIONE	CONVOLGIMENTO	ARGOMENTI
GESTIONE AZIENDALE	5,8	5,7	5,6	5,5	5,6
INFORMATICA	5,9	5,8	5,8	5,7	5,8
LINGUE STRANIERE	5,8	5,8	5,7	5,6	5,7
SVILUPPO ABIL PERS	5,9	5,8	5,7	5,5	5,7
TECNICH E METODOL	5,8	5,8	5,7	5,6	5,7
VENDITA, MARKETING	5,8	5,8	5,7	5,5	5,7
TOTALE GENERALE	5,8	5,8	5,7	5,6	5,7

TAB 3 Sintesi valutazioni: domande da 2 a 8

	6 Ha utilizzato materiale didattico chiaro, completo e coerente con i contenuti	7 I contenuti sono stati trasmessi con chiarezza espositiva	8 Gli strumenti didattici sono stati utilizzati dal docente in modo adeguato e pertinente alle esigenze teorico – pratiche del corso (lavagna luminosa, PC con proiettore, videoregistratore,)			
	MATERIALE DID	CHIAREZZA	STRUM DID			
GESTIONE AZIENDALE	5,4	5,7	5,4		6	22
INFORMATICA	5,8	5,9	5,8		3	13
LINGUE STRANIERE	5,7	5,8	5,7		10	66
SVILUPPO ABIL PERS	5,7	5,8	5,7		11	59
TECNICH E METODOL	5,7	5,8	5,7		16	95
VENDITA, MARKETING	5,7	5,8	5,7		26	209
TOTALE GENERALE	5,7	5,8	5,7		72	467

4. Questionario etero-valutazione (da parte del docente) (tab 4)

La presente sezione del rapporto illustra, attraverso la percezione del docente, la qualità della struttura e della sua organizzazione e la “risposta” dei partecipanti al clima d’aula.

Ai docenti è stato chiesto di esprimere la loro valutazione lungo una scala numerica da 1 a 6. (dove 1=per niente d’accordo e 6=totalmente d’accordo).

Sono stati monitorate tutte la 72 edizioni dei corsi erogati in aula con la raccolta di 69 schede di valutazione espresse dai docenti che, per la maggior parte dei corsi hanno espresso valutazioni molto omogenee e positive (media 5,7) su organizzazione e struttura e altrettanto omogenee pur se di livello inferiore sul “clima” d’aula (media 4,7).

Il questionario utilizzato per l’etero-valutazione è riportato in ALL. 5.

TEMATICHE FORMATIVE	n° edizioni	n° schede valutate
GESTIONE AZIENDALE	6	6
INFORMATICA	3	3
LINGUE STRANIERE	10	10
SVILUPPO ABILITA’ PERSONALI	11	11
TECNICHE E METODOLOGIE	16	16
VENDITA, MARKETING	26	26
	72	72

TAB 4 - Sintesi valutazioni: domande da 1 a 5

STRUTTURA ED ORGANIZZAZIONE CORSI

	1 Le aule e i laboratori erano adeguati alle attività formative da realizzare	2 La funzionalità e la qualità delle attrezzature presente in aula era adeguata	3 Gli interventi e le attività del tutor e/o del personale dell'ente formativo sono stati efficaci per lo svolgimento del corso (presentazione, assistenza a problemi pratici, intermediazione docenti/allievi...)	4 Il numero di allievi presenti in aula era adeguato al raggiungimento degli obiettivi formativi	5 Il materiale didattico a disposizione degli allievi era adeguato al raggiungimento degli obiettivi formativi
TEMATICHE FORMATIVE	AULE	ATTREZZATURE	PERS ENTE/TUTOR	SATURAZ AULA	MAT DIDATTICO
GESTIONE AZIENDALE	5,3	5,5	5,5	5,6	5,6
INFORMATICA	5,7	5,7	5,8	5,6	5,9
LINGUE STRANIERE	5,7	5,7	5,8	5,7	5,8
SVILUPPO ABIL PERS	5,7	5,7	5,8	5,7	5,8
TECNICH E METODOL	5,6	5,7	5,7	5,7	5,8
VENDITA, MARKETING	5,6	5,7	5,8	5,7	5,8
TOTALE GENERALE	5,6	5,7	5,7	5,7	5,8

TAB 4 - Sintesi valutazioni questionario4: domande da 1 a 6
VALUTAZIONE ALLIEVI

	1 Livello di attenzione	2 Livello di partecipazione	3 Motivazione	4 Interesse argomenti trattati	5 Livello comprensione argomenti	6 Verifica apprendimento
TEMATICHE FORMATIVE						
GESTIONE AZIENDALE	4,8	4,7	4,6	4,6	4,4	4,7
INFORMATICA	4,8	4,7	4,7	4,8	4,7	4,7
LINGUE STRANIERE	4,9	4,8	4,8	4,8	4,7	4,8
SVILUPPO ABIL PERS	4,9	4,9	4,8	4,9	4,7	4,8
TECNICH E METODOL	4,9	4,8	4,8	4,8	4,6	4,8
VENDITA, MARKETING	4,9	4,8	4,8	4,8	4,6	4,8
TOTALE GENERALE	4,9	4,8	4,8	4,8	4,6	4,8

CERTIFICAZIONE DEGLI ESITI

Il Piano ha rilasciato le seguenti tipologie di documenti di attestazione degli esiti a favore del lavoratore che ha svolto la formazione:

> **Attestato di frequenza:** agli allievi che hanno maturato il numero minimo di presenze (70% da registro). E' stato realizzato un attestato nel quale sono state indicate tutte le caratteristiche del percorso formativo svolto. Titolo, tipologia, durata, contenuti.

> **Dichiarazione delle Competenze:** ai partecipanti che hanno superato con esito positivo la prova di fine modulo è stata rilasciata una "Scheda Capacità e Conoscenze" o di "Dichiarazione delle Competenze" acquisite in base ai contenuti del percorso svolto.

Per la verifica ed attestazione degli esiti della formazione sono state utilizzate **Verifiche strutturate dell'apprendimento**

DIFFUSIONE DEI RISULTATI

Le attività di diffusione dei risultati sono state realizzate in gran parte nella fase finale di realizzazione del Piano e si sostanziano con la Pubblicazione di news, articoli e comunicati sui siti del soggetto presentatore (Confcommercio Imprese per l'Italia di Pordenone) degli attuatori (Terziaria Srl Pordenone e I.F.O.A. spa), oltre che con l'invio di un'informativa alle aziende beneficiarie e alle aziende associate.

Una ulteriore diffusione dei risultati è prevista anche dopo la chiusura del Piano nell'ambito di eventi e seminari organizzati dalla Associazione Confcommercio imprese per l'Italia attraverso le azioni sindacali (riunioni dei consigli e delle assemblee dei vari gruppi merceologici) che saranno effettuate nel corso di tutto il 2018.

CRITICITÀ RISCONTRATE

Il tempo trascorso tra la raccolta delle adesioni e l'approvazione del piano, circa 16/18 mesi, (e la conseguente tempistica di avvio dei corsi) ha modificato il quadro illustrato in fase di progettazione.

Questo ritardo ha infatti causato la rinuncia di parte delle aziende a partecipare alle attività formative (alle quali avevano aderito in fase di progettazione). Si sono verificate rinunce anche di aziende che nel frattempo hanno deciso di effettuare la formazione attraverso altri canali, oppure perché il personale che prevedevano di mandare in formazione non era più in forza presso l'impresa stessa.

Questo il dettaglio della "movimentazione" AZIENDE

(99 imprese con 34 rinunce e 65 nuove imprese inserite nel piano)

Per rispondere a questo contesto critico abbiamo attivato azioni di orientamento, e di promozione, con la creazione di uno staff operativo specifico.

Questa fase è stata svolta prevalentemente con l'utilizzo di personale degli attuatori che si sono occupati oltre che di re-indirizzare la attività del piano, anche della successiva fase di ri-progettazione di alcune attività resa necessaria da contesto appena evidenziato.

Questo il dettaglio della "movimentazione" MODULI FORMATIVI

(70 moduli di cui 54 nuovi d'aula e 16 ON-LINE)

NUOVI MODULI D'AULA (15)

1. WEB MARKETING TURISTICO - SOCIAL E MEDIA MARKETING E PROMOZIONE DEL TERRITORIO_LIV. AVANZATO

2. COMUNICARE IN INGLESE - LIV.2
3. IL SITO INTERNET: SFRUTTARE AL MEGLIO LA NOSTRA VETRINA ON LINE
4. L'ARTE DI VENDERE
5. COMUNICARE PER IMMAGINI: INSTAGRAM PER LA RISTORAZIONE E IL TURISMO
6. VENDERE NEL NEGOZIO DI ABBIGLIAMENTO - LE LEVE DELLA PERSUASIONE LIV.2
7. VENDERE NEL NEGOZIO DI ABBIGLIAMENTO - LE LEVE DELLA PERSUASIONE
8. INGLESE PER IL COMMERCIO
9. COMUNICARE IN INGLESE - LIV.3
10. VENDERE NEL NEGOZIO DI ABBIGLIAMENTO - LE LEVE DELLA PERSUASIONE
11. VENDERE STIMOLANDO I SENSI
12. COMUNICARE IN INGLESE - LIV.4
13. LA GESTIONE DEI DATI CON EXCEL - AVANZATO
14. COMUNICAZIONE E BRAND IDENTITY - AVANZATO
15. LINGUA INGLESE

NUOVI MODULI IN SOSTITUZIONE DI ALTRETTANTI PUR PROGRAMMATI MA NON REALIZZATI (55)

In modalità Aula (39)

1. RETAIL MARK PER IL COMMERCIO: LE 10 AZIONI ON LINE E IN NEGOZIO PER FAR CRESCERE IL FLUSSO DELLA CLIENTELA
2. TECNICHE DI VENDITA PER IL SETTORE RETAIL
3. LA COMUNICAZIONE EMPATICA
4. FACEBOOK: APRI UNA PORTA DIGITALE ALLA TUA ATTIVITÀ
5. LINGUA INGLESE LIVELLO INTERMEDIO
6. COMUNICAZIONE EFFICACE E TECNICHE DI VENDITA
7. COME CREARE NEWSLETTER EFFICACI
8. WEB MARKETING PER IL COMMERCIO: CREARE UN FUNNEL VERSO IL NEGOZIO
9. COMUNICARE PER IMMAGINI: INSTAGRAM ALLEATO DEL NOSTRO BRAND
10. VETRINISTICA
11. LINGUA INGLESE LIVELLO AVANZATO
12. PACKAGING CREATIVO
13. CICCHETTERIA VENETA E FRIULANA
14. LA VENDITA EMOTIVA
15. GESTIRE IL MOMENTO DELLA VENDITA NEL NEGOZIO DI ABBIGLIAMENTO
16. NATALE SU FACEBOOK
17. COMUNICARE IN INGLESE
18. VENDERE NEL NEGOZIO DI ABBIGLIAMENTO - LE LEVE DELLA PERSUASIONE
19. IL MIO SITO ME LO FACCIO IO! CREARE E AGGIORNARE SITI/BLOG CON WORDPRESS
20. I VINI FRIZZANTI
21. GESTIRE MEGLIO IL NOSTRO TEMPO E QUELLO DEL CLIENTE
22. CONOSCERE LE BIRRE
23. SAPER AFFRONTARE E GESTIRE SITUAZIONI PROBLEMATICHE: IL CLIENTE DIFFICILE
24. PANINO GOURMET
25. CAMERIERA AI PIANI: TECNICHE DI LAVORO E CONSIGLI PRATICI
26. PREPARAZIONE DEI COCKTAIL
27. GESTIRE IL PASSAGGIO GENERAZIONALE IN AZIENDA
28. COMUNICAZIONE E BRAND IDENTITY
29. LATTE ART
30. REVISIONE DEI PROCESSI LOGISTICI
31. CAMERIERA AI PIANI: TECNICHE DI LAVORO E CONSIGLI PRATICI - LIV. 2
32. LA COMUNICAZIONE INTERNA E LA GESTIONE DEL FLUSSO DI LAVORO
33. PASTICCERIA MIGNON E LIEVITATI
34. LA NORMA UNI EN ISO 9001:2015. PASSAGGIO, APPLICAZIONE E GESTIONE DELLA NUOVA NORMA
35. LA CUCINA VEGANA
36. LA SELEZIONE DEL PERSONALE
37. CORSO BARMAN
38. COMUNICAZIONE EFFICACE
39. REVISIONE DEI PROCESSI LOGISTICI - AVANZATO

In modalità ON-LINE (16)

1. LEADERSHIP ED ECCELLENZA INTERPERSONALE
2. GESTIRE LE EMOZIONI ED I CONFLITTI

3. SVILUPPARE UN PIANO DI MARKETING
4. GESTIRE LA RELAZIONE CON IL CLIENTE
5. GESTIRE LO STRESS E SVILUPPARE LA PROPRIA AUTOSTIMA
6. INNOVAZIONE: SVILUPPARE LA VISIONE STRATEGICA E LA CAPACITÀ DI GESTIRE IL CAMBIAMENTO
7. GESTIRE EFFICACEMENTE IL TEMPO E LE INFORMAZIONI
8. GESTIONE DEGLI ACQUISTI
9. WEB MARKETING
10. TURISMO: REVENUE MANAGEMENT
11. GESTIRE EFFICACEMENTE LA COMUNICAZIONE CON I CLIENTI E I COLLEGHI
12. WEB MARKETING PER IL SETTORE TURISTICO
13. REVENUE MANAGEMENT
14. TEDESCO GRUNDKURS I
15. TEDESCO MITTLESTUFE I
16. INGLESE INTERMEDIATE

RIEPILOGO TABELLE E ALLEGATI

TAB 1	pag	11
TAB 2	pag	14
TAB 3	pag	16
TAB 4	pag	18
ALL 1	pag	23
ALL 2	pag	24
ALL 3	pag	26
ALL 4	pag	27
ALL 5	pag	28

Scheda domande chiave per autovalutazione competitiva

ALL1

1	ascoltiamo con metodo il mercato e prendiamo decisioni in base ai bisogni emergenti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2	riusciamo a farci riconoscere il vero valore che offriamo i clienti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3	eseguiamo in modo efficace ed efficiente le attività chiave	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4	la qualità dell'esecuzione delle nostre attività è alta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5	gli strumenti di comunicazione sono ben percepiti dai clienti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6	la nostra capacità di proporre novità e innovazione è un valore importante per i nostri clienti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7	per i clienti il nostro marchio è forte	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8	i nostri costi sono facilmente valutabili	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9	per i nostri collaboratori/ partner sono chiare le strategie per il futuro del nostro marchio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	i nostri margini sono messi a rischio dalle nuove tecnologie e dai nuovi strumenti di comunicazione	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	siamo preparati a soddisfare le nuove richieste dei clienti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12	i nostri clienti sono soddisfatti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14	i concorrenti minacciano di offrire un prezzo o un valore migliore	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15	sappiamo offrire nuovi servizi adatti a rispondere ai bisogni odierni dei clienti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16	abbiamo buone relazioni di lavoro con i nostri partner chiave	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17	possiamo aumentare i clienti offrendo servizi aggiuntivi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
18	potremmo utilizzare risorse meno costose per ottenere lo stesso risultato	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20	possiamo migliorare la relazione con i clienti grazie a una comunicazione diversa	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
PARTE PER IL FACILITATORE											
A	spiegare il meno possibile										
B	tempo per 20 risposte (tempo limitato) 5 min max										
C	il tester può fare domande (da segnare)										
D	il tester può saltare una risposta (da segnare)										
E											

ANAGRAFICA PARTECIPANTE

Cognome

Nome

Luogo nascita

Prov.()

Data nascita

Cittadinanza

Sesso M F

E-mail

Assunzione Ex Legge 68 SI NO

Azienda

Comune Prov. ()

Titolo di studio:

- Nessun Titolo/Licenza Elementare
- Licenza Media
- Qualifica Professionale
- Diploma di Scuola Media Superiore
- Titolo post-diploma non universitario
- Laurea e successive specializzazioni

Inquadramento

- Operaio generico
- Operaio qualificato
- Impiegato direttivo
- Impiegato amministrativo e tecnico
- Quadro
- Dirigente

Tipologia contrattuale:

- Contratto a tempo indeterminato
- Contratto a tempo determinato
- Lavoratore Part-Time a tempo determinato
- Lavoratore Part-Time a tempo indeterminato
- Apprendistato
- Contratto di inserimento lavorativo
- Lavoro intermittente a tempo indeterminato
- Lavoro intermittente a tempo determinato
- Lavoro a progetto
- Lavoro occasionale
- Lavoro accessorio
- Lavoratore in CIG/CIGS
- Lavoratore in mobilita'
- Coadiuvante familiare
- Imprenditore

RILEVAZIONE ASPETTATIVE

Come è giunto a conoscenza dell'intervento?: (indicare una sola risposta)

- Dalla lettura di manifesti o depliant di pubblicità dell'intervento
- Attraverso la navigazione su Internet
- Dalla lettura della stampa quotidiana
- Da spot radio/televisivi di pubblicità dell'intervento
- E' stato informato telefonicamente o per lettera dalla struttura che ha organizzato l'intervento
- Da amici e conoscenti
- Dall'azienda presso cui lavora
- Da sindacati e associazioni di categoria
- Altro (specificare):

Qual è il motivo principale che l'ha spinto a prendere parte all'intervento?: (indicare una sola risposta)

- Migliorare la propria formazione per svolgere meglio il suo attuale lavoro
- Il corso permette l'acquisizione di competenze utili ai fini della carriera lavorativa
- Aggiornamento/arricchimento delle proprie competenze/conoscenze
- Interesse personale nei confronti degli argomenti dell'attività
- Recente inserimento/reinserimento nel mercato del lavoro
- Ritiene non adeguate le competenze tecnico/professionali acquisite durante il suo percorso d'istruzione
- Partecipano all'attività suoi colleghi o conoscenti
- Altro (specificare):

Che cosa si aspetta di trovare frequentando il corso scelto?: (indicare max 3 risposte)

- Di raggiungere obiettivi utili a livello personale e professionale
- Di frequentare il corso in clima di collaborazione e attenzione alle mie esigenze
- Di poter instaurare un clima di dialogo e confronto con i formatori del corso
- Di poter instaurare un clima di dialogo e confronto con i compagni di corso
- Di poter contare su formatori competenti, seri e preparati
- Di operare in un Centro di formazione funzionale, efficiente e organizzato

Che tipo di attività pensa di svolgere durante il corso?: (indicare una sola risposta)

- Solo materie teoriche
- Solo attività pratica di laboratorio
- Materie teorie e materie pratiche

Quali sono le competenze che si attende di acquisire/migliorare durante il percorso?

Data _____

Firma (leggibile) _____

INFORMATIVA SULLA PRIVACY: Ai sensi del D.Lgs. 196/03, informiamo che i dati raccolti con la presente scheda saranno trattati da Terziaria srl (Centro di Assistenza Tecnica di Ascom Pordenone riconosciuto dalla Regione F.V.G. con Decreto n° 857/Com. del 28.11.2000) e utilizzati ai fini organizzativi e per rendicontazione dell'attività formativa obbligatoria e per eventuali verifiche da parte di organi di controllo. In ogni momento potrete richiedere l'aggiornamento, il blocco o la cancellazione dei dati qui comunicati. Il conferimento dei dati è facoltativo; il mancato conferimento comporta l'impossibilità di eseguire le prestazioni richieste. Titolare del trattamento è Terziaria srl - P.le dei Mutilati n. 4 - 33170 Pordenone – tel. 0434.549411

Confcommercio ASCOM Pordenone / Terziaria srl Piazzale dei Mutilati n°4, 33170 PN | Tel. 0434-549411 | www.ascom.pn.it
IFOA Via G. Giglioli Valle, n°11, 42124 Reggio Emilia | Tel +39 0522-329111 | www.ifoait

QUESTIONARIO DI GRADIMENTO

FOR.TE AVVISO 2/14 - RUP PF1579_PR980_av214_2

PIANO: “COMMERCIO, RISTORAZIONE, OSPITALITA’: ascoltare, emozionare, coinvolgere “

Corso/modulo: “SAPER AFFRONTARE E GESTIRE SITUAZIONI PROBLEMATICHE: IL CLIENTE DIFFICILE”

Per migliorare la qualità dei nostri servizi, Le chiediamo di darci una valutazione complessiva sull'organizzazione del corso, dando un giudizio, con un voto da 1 a 6, per ognuna delle frasi riportate. Nello spazio per "Osservazioni e Suggerimenti" è inoltre possibile segnalare aspetti o problematiche che hanno caratterizzato il corso.

Scala di giudizio: 1=del tutto in disaccordo; 2=abbastanza in disaccordo; 3=un po' in disaccordo; 4=un po' d'accordo; 5=abbastanza d'accordo; 6=del tutto d'accordo.

1. STRUTTURA ED ORGANIZZAZIONE DEL CORSO

	del tutto in disaccordo			del tutto d'accordo		
1 Le aule e i laboratori erano adeguati alle attività formative da realizzare	1	2	3	4	5	6
2 Il calendario, l'orario e le modalità di erogazione si sono dimostrate compatibili con gli ordinari impegni di lavoro	1	2	3	4	5	6
3 L'approfondimento degli argomenti trattati mi è sembrato equilibrato rispetto agli obiettivi del corso	1	2	3	4	5	6
4 Gli interventi e le attività del tutor e/o del personale dell'ente formativo sono stati efficaci per lo svolgimento del corso (presentazione, assistenza a problemi pratici, intermediazione docenti/allievi...)	1	2	3	4	5	6

2. DIDATTICA, OBIETTIVI E RISULTATI

5 Le metodologie, le modalità e l'impostazione generale del corso si sono rivelate utili e centrate ai fini del raggiungimento degli obiettivi e dell'apprendimento	1	2	3	4	5	6
6 Il programma sviluppato era coerente con le mansioni lavorative da svolgere	1	2	3	4	5	6
7 Penso che le conoscenze e le competenze sviluppate nel corso saranno utili ed efficaci per migliorare il lavoro di ogni giorno, la mia professionalità	1	2	3	4	5	6
8 Le conoscenze e/o competenze che ho acquisito potranno apportare miglioramenti all'azienda in cui lavoro (es. organizzativi, gestionali, produttivi, ecc.)	1	2	3	4	5	6
9 Rispetto a prima del corso, ho migliorato decisamente il livello di conoscenza degli argomenti affrontati	1	2	3	4	5	6

3. SUGGERIMENTI/OSSERVAZIONI

SCHEMA DI VALUTAZIONE DOCENTE

FOR.TE AVVISO 2/14 - RUP PF1579_PR980_av214_2

PIANO: “COMMERCIO, RISTORAZIONE, OSPITALITA’: ascoltare, emozionare, coinvolgere “

Corso/modulo: “SAPER AFFRONTARE E GESTIRE SITUAZIONI PROBLEMATICHE: IL CLIENTE DIFFICILE”

Docente: LAURA BERIOTTO

Scala di giudizio: 1=del tutto in disaccordo; 2=abbastanza in disaccordo; 3=un po` in disaccordo; 4=un po` d`accordo; 5=abbastanza d`accordo; 6=del tutto d`accordo.

PARAMETRI DA VALUTARE

	del tutto in disaccordo			del tutto d'accordo		
1 Il docente ha utilizzato un linguaggio appropriato e si è dimostrato puntuale e disponibile	1	2	3	4	5	6
2 Ha proposto contenuti aggiornati e coerenti	1	2	3	4	5	6
3 Il docente ha distribuito il tempo in modo funzionale ad una trattazione efficace e completa dei contenuti previsti	1	2	3	4	5	6
4 Ha coinvolto i partecipanti con esercitazioni pratiche	1	2	3	4	5	6
5 Ha sviluppato gli argomenti in funzione all'obiettivo prefissato	1	2	3	4	5	6
6 Ha utilizzato materiale didattico chiaro, completo e coerente con i contenuti	1	2	3	4	5	6
7 I contenuti sono stati trasmessi con chiarezza espositiva	1	2	3	4	5	6
8 Gli strumenti didattici sono stati utilizzati dal docente in modo adeguato e pertinente alle esigenze teorico – pratiche del corso (lavagna luminosa, PC con proiettore, videoregistratore,)	1	2	3	4	5	6

FOR.TE AVVISO 02/2014**PIANO "COMMERCIO, RISTORAZIONE, OSPITALITA': ASCOLTARE, EMOZIONARE, COINVOLGERE"
RUP PF1579_PR980_AV214_2**

Eterovalutazione

Docente: _____ Data corso: _____

Corso/modulo: "Formazione generale rivolta a tutte le categorie di lavoratori"

Per migliorare la qualità dei nostri servizi, Le chiediamo di darci una valutazione complessiva sull'organizzazione del corso, dando un giudizio, con un voto da 1 a 6, per ognuna delle frasi riportate.

Scala di giudizio: 1=del tutto in disaccordo; 2=abbastanza in disaccordo; 3=un po' in disaccordo; 4=un po' d'accordo; 5=abbastanza d'accordo; 6=del tutto d'accordo.

1. STRUTTURA ED ORGANIZZAZIONE DEL CORSO

	del tutto in disaccordo			del tutto d'accordo		
	1	2	3	4	5	6
1 Le aule e i laboratori erano adeguati alle attività formative da realizzare	1	2	3	4	5	6
2 La funzionalità e la qualità delle attrezzature presente in aula era adeguata	1	2	3	4	5	6
3 Gli interventi e le attività del tutor e/o del personale dell'ente formativo sono stati efficaci per lo svolgimento del corso (presentazione, assistenza a problemi pratici, intermediazione docenti/allievi...)	1	2	3	4	5	6
4 Il numero di allievi presenti in aula era adeguato al raggiungimento degli obiettivi formativi	1	2	3	4	5	6
5 Il materiale didattico a disposizione degli allievi era adeguato al raggiungimento degli obiettivi formativi	1	2	3	4	5	6

Eventuali criticità emerse:

2. VALUTAZIONE ALLIEVI

Si chiede di dare una valutazione complessiva del gruppo-classe

Scala di giudizio: 5=ottimo; 4=buono; 3=discreto; 2=sufficiente; 1= totalmente insufficiente

Valutazione	Giudizio
6 Livello di attenzione	
7 Livello di partecipazione	
8 Motivazione	
9 Interesse agli argomenti affrontati	
10 Livello di comprensione degli argomenti trattati	
11 Verifica apprendimento	

Segnalazione eventuali insufficienze:

Azioni da attuare per il recupero di eventuali insufficienze:

3. SUGGERIMENTI/OSSERVAZIONI

Firma del docente