



TRAINING TIME: LA FORMAZIONE È LA MARCIA IN PIÙ DELLA RETE

Una recente indagine dimostra che solo il 25% delle aziende in franchising ha programmi di formazione continuativi destinati al proprio personale ed un ulteriore 20% organizza occasionalmente, e spesso solo su materie previste per legge, corsi o seminari per i dipendenti.

Si stima quindi che in oltre il 50% dei casi non si investono tempo e risorse per la crescita e lo sviluppo dei propri collaboratori. (fonte: *Indagine BV invest - 2018*)

Questo è un problema molto grave e talvolta sottovalutato, soprattutto in un mondo in continua evoluzione come quello del franchising.

Molti imprenditori o manager con alte responsabilità affermano che le aziende tengono notevolmente ai collaboratori ed ai loro franchisee e frasi del tipo "le persone fanno la differenza" si sprecano. È un'autentica "sagra dell'ipocrisia"!

Ma come si può pensare che realmente "le persone facciano la differenza" se non si pensa a loro? Se non si lavora per la loro valorizzazione? Se non si condivide e non si stimola la loro crescita professionale e, prima ancora, personale? Se non si considera il "capitale umano" al pari del "capitale finanziario"?

L'attività di formazione, se svolta in maniera strutturata, può assolvere a molte delle necessità di dare attenzione alle necessità ed alle esigenze dei propri collaboratori e degli affiliati rendendoli partecipi nel raggiungimento dell'eccellenza del network di cui fanno parte.

Erogare ottima formazione è la maniera, concreta e tangibile, per ogni azienda in franchising di far capire in modo chiaro ed inequivocabile quanta considerazione abbia delle persone che ne fanno parte e di quanto ognuno possa sentirsi davvero importante nelle dinamiche e nei processi d'impresa.

Organizzare cicli di formazione continuativa significa anche stimolare e monitorare la crescita e lo sviluppo del potenziale, talvolta inespresso, degli individui, a prescindere dal ruolo e dalla funzione che esercitano, poiché anche la mansione considerata di minore importanza può concorrere ad incrementare il senso di appartenenza e lo spirito di squadra, che sono gli ingredienti fondamentali di ogni network di successo.



Bruno Vettore
Executive Manager