

INDICE

INTRODUZIONE	4
L'AZIENDA	5
Capitolo 1	7
I CORSI FSE	7
1.1 IL FONDO SOCIALE EUROPEO	7
1.2 ORGANIZZAZIONE ED AVVIO DEI CORSI FSE	9
Capitolo 2	16
IL PROGETTO	16
2.1 L'OBIETTIVO DEL PROGETTO	16
2.2 VERIFICA DEI DATI PRE-ESISTENTI	18
2.3 AGGIORNAMENTO DATI ED INSERIMENTO DI NUOVI CONTATTI	21
2.4 CREAZIONE DEL QUESTIONARIO "CUSTOMER SATISFACTION"	24
2.5 IL QUESTIONARIO	
2.6 CONCLUSIONI	

INTRODUZIONE

L'attività di stage è iniziata nella metà di marzo 2006 e si è protratta fino alla fine di giugno dello stesso anno.

È stata svolta per conto della Dieffe S.c.ar.l. di Padova presso il "Centro Congressi Papa Luciani", sito in Via Forcellini 170/a.

L'obiettivo del progetto è l'individuazione di metodi statistici per ottenere il maggior numero di informazioni sulle aziende che hanno collaborato, e collaborano tutt'ora, con la società Dieffe, allo scopo di migliorare il rapporto con le proprie imprese clienti.

Il progetto si è visto dunque articolato in varie fasi:

1. verifica dei dati relativi alle aziende, inseriti precedentemente da terzi nel database riservato CosmiGroup (holding alla quale appartiene Dieffe Scarl) ed eliminazione di informazioni doppie o iterate;
2. inserimento dati nuovi o tralasciati di aziende clienti nel periodo gennaio 2000- marzo 2006;
3. ordinamento del database;
4. creazione di un questionario di *costumer satisfaction* da sottoporre alle aziende clienti.

I dati sono stati ottenuti mediante ricerche in Internet (motori di ricerca, siti web delle aziende, etc..) e nell'archivio cartaceo della modulistica dei corsi del Fondo Sociale Europeo (Fse) presente all'interno della sede della Dieffe.

L'AZIENDA

DIEFFE nasce nel 1985, come cooperativa che favorisce lo sviluppo professionale ed umano dei giovani in cerca di lavoro e dei lavoratori già inseriti nelle imprese e da giugno 2001 è azienda con certificazione di qualità UNI EN ISO 9001.

Oggi DIEFFE ha sedi in tutto il Veneto, nelle quali vi lavorano oltre 60 persone tra dipendenti e collaboratori.

Dieffe si occupa inoltre, per conto terzi, di gestire corsi nel settore dell'artigianato. Sono oltre 200 le persone che hanno aderito ad una delle 240 iniziative formative in quest'ambito, per un totale di 3.840 ore. Le varie tematiche affrontate, infatti, spaziano dal settore del turismo - con corsi inerenti i beni culturali, le risorse alberghiere, le tecniche di conservazione e restauro - la qualità e sicurezza, sia in un contesto ambientale che aziendale; la gestione aziendale- comprendente lavori d'ufficio, finanza e controllo di gestione, marketing e vendite, l'informatica, il settore del no-profit e i servizi socio-educativi.

L'audience a cui si rivolge maggiormente la Dieffe comprende:

- Giovani alla ricerca di prima occupazione
- Diplomatici e laureati
- Ragazzi che hanno abbandonato gli studi
- Lavoratori e lavoratrici che vogliono riqualificarsi professionalmente
- Piccole e medie imprese
- Amministrazioni pubbliche

Una delle attività maggiormente seguite è l'organizzazione di corsi completamente gratuiti per la formazione di varie figure professionali attraverso fondi stanziati dall'Unione Europea e dalla Regione Veneto, ovvero i **corsi del Fondo Sociale Europeo (Fse)**. Essendo i corsi Fse la mia fonte principale di dati riguardanti le imprese inserite nel database del CosmiGroup, ritengo sia necessario abbozzare una digressione sul modo in cui vengono creati e successivamente seguiti tali corsi formativi, in modo tale da fornire un quadro generale il più ampio possibile.

CAPITOLO 1

I CORSI FSE

1.1 IL FONDO SOCIALE EUROPEO (FSE)

Il **Fondo Sociale Europeo** è uno dei più importanti strumenti finanziari dell'Unione Europea nell'ambito delle politiche comunitarie. La sua azione si esplica nello sviluppo e nel finanziamento di una serie di progetti volti allo sviluppo e alla promozione della coesione tra i diversi stati membri, nel quadro del Trattato di Roma siglato nel 1957, che sancì la nascita della Comunità Economica Europea.

Le linee di intervento su cui si snoda la sua azione si basano su una piattaforma di programmazione, risultato della collaborazione sinergica di diversi enti: i Ministeri competenti, la Commissione Europea, le Regioni e le parti sociali. L'attuale fase, che copre l'arco temporale 2000-2006, è caratterizzata dall'adozione da parte del Parlamento e del Consiglio Europeo di nuovi regolamenti riguardo i fondi strutturali, con una conseguente ridefinizione degli obiettivi e delle strategie di intervento rispetto al passato.

L'aspetto fondamentale di queste trasformazioni è lo stretto legame istituito tra politiche occupazionali e FSE, che comporta un considerevole ampliamento delle sue competenze, considerando il ruolo cardine assunto dallo sviluppo dell'occupazione, visto come obiettivo prioritario nell'ambito della programmazione globale.

Nel precedente periodo di programmazione la formazione professionale costituiva il principale campo di intervento del FSE, mentre nel periodo 2000-2006, pur mantenendo la linea seguita in passato, sono state introdotte delle sostanziali modifiche che faranno del FSE lo strumento fondante di una politica occupazionale a largo raggio che si snoderà lungo precise linee di intervento.

Il Fondo Sociale Europeo, il Ministero del Welfare, le Regioni e le province finanziano periodicamente attraverso lo strumento dei fondi strutturali, attività formative dirette a giovani, a disoccupati, allo sviluppo delle pari opportunità, a dipendenti aziendali, con la pubblicazione di bandi mirati, a cui gli Enti di Formazione Accreditati fanno riferimento per la realizzazione di percorsi formativi totalmente o in parte finanziati.

Ancora oggi, nonostante una congiuntura economica in lenta ripresa (ma non sicuramente florida) e la modifica degli obiettivi del Fondo Sociale Europeo, i corsi finanziati dalla UE sono molto richiesti ed estremamente considerati dal mercato della formazione, sia dalle persone in cerca di occupazione, sia dalle aziende che vedono nei corsi Fse un ottimo mezzo per l'adeguamento o il miglioramento delle competenze professionali dei lavoratori.

1.2 ORGANIZZAZIONE ED AVVIO DEI CORSI FSE

L'organizzazione e l'avvio dei corsi Fse segue **7** fasi:

- Decisione del budget da destinare alla promozione dei corsi tramite locandine (fig.1), spot radiofonici ed inserzioni e/o articoli su quotidiani locali e riviste;
- Avvio della promozione;
- Raggiungimento del quorum di partecipanti per poter avviare effettivamente il corso (modulo d'iscrizione, fig.2);
- Selezione dei partecipanti (nel caso gli iscritti fossero in numero maggiore rispetto al tetto prefissato di partecipanti);
- Preparazione della modulistica necessaria per far partire il corso e garantirne il regolare svolgimento;
- Assunzione del personale docente incaricato di formare i partecipanti e determinazione di sedi ed orari di svolgimento del corso;
- Avvio del corso di formazione e, se previsto, dello stage.

La modulistica, che deve essere compilata prima, durante e dopo l'avvio di un corso (ed il suo successivo stage), è, generalmente, un forte concentrato di informazioni utili, non solo per i suoi recapiti e contatti relativi ad ogni singola impresa e ai tirocinanti, ma anche per inquadrare la stessa nel suo settore d'appartenenza.

Tra tutte queste coercizioni, assumono particolare importanza e rilievo per questa tesi, i moduli relativi a "l'elenco degli abbinamenti allievi/aziende" e alla "Posizione Assicurativa" (che deve essere spedita alla sede Inail della relativa località in cui viene effettuato il corso o, in alternativa, alla Direzione Regionale Formazione della Giunta Regionale del Veneto), nella quale sono descritti il titolo, la sede, la misura e l'obiettivo del corso, il nome

di un referente per ogni impresa coinvolta nello stage e qualche informazione basilare sull'azienda (Ragione sociale, indirizzo, numeri di telefono).

Fig.1

AICO.IST
ASSOCIAZIONE ITALIANA DEI CONSULENTI E DEGLI OPERATORI DI INFORMATION SOCIETY TECHNOLOGY

Corso per Tecnico Programmatore siti web accessibili e dinamici

Partenza: Aprile 2006
 misura: C3
 sede: Padova o Marghera
 ore: 840

Corso gratuito comprensivo di

Borsa di Studio	Materiale Didattico	Buoni Pasto	Stage Aziendale	Esame di Qualifica
Figura Professionale	Il Tecnico programmatore siti web accessibili e dinamici è una figura professionale innovativa che opera in ambito informatico, occupandosi della realizzazione di web accessibili. Per "sito web accessibile" si intende un sito che possa essere visitato da qualsiasi utente indipendentemente dal computer usato, dalla velocità del collegamento, dal browser, dall'interfaccia utente, dalle periferiche alternative utilizzate (tastiera braille, joystick speciali, ecc.), e dove il contenuto dell'informazione e la sua presentazione siano sempre indipendenti l'uno dall'altra.			
Requisiti di Ammissione	Cittadini comunitari, o extracomunitari in possesso di Permesso di Soggiorno e titolo di studio riconosciuto in Italia Preferibilmente Laureati e/o diplomati in discipline tecniche.			
Durata	840 ore, di cui: Teoria: 504 Stage Aziendale: 336			
Sede e Inizio del Corso	Provincia di Padova o di Venezia Aprile 2006			
Moduli Previsti	1. Monitoraggio e valutazione in itinere (16 h); 2. Elementi base di programmazione per il web (60 h); 3. Flash design (64 h); 4. Web development (60 h); 5. Disegnare il web partendo dall'utente (64 h); 6. Webdesign (68 h); 7. La programmazione performante (52 h); 8. Il sito web di qualità (72 h); 9. Legislazione accessibilità (16 h); 10. Le Politiche dell'Unione Europea e l'allargamento ad Est (16 h); 11. Esame finale (16 h).			
Preselezione	Inviare Curriculum e Lettera di Presentazione via email info@aicoist.it rif.: "FSEWEBDF, C.Att. Antonio Lazzari.", se il profilo risulterà corrispondente, verrà inviata email di invito alla Selezione			
Selezione	la selezione finale si terrà c/o Dieffe scarl, Via Forcellini 170/A 35128 Padova, in data da concordare previo contatto telefonico al numero verde.			
Modalità di Iscrizione	Per la partecipazione al corso è necessario recapitare domanda redatta in carta semplice entro il 12/06/06, con allegato la fotocopia della carta d'identità, del codice fiscale, del titolo di studio, del modello C1/autocertificazione stato disoccupazione, curriculum vitae, 2 fototessere, per mezzo di una delle seguenti modalità: via fax al n° 049/8033652; raccomandata A/R c/o Dieffe Scarl, Via Forcellini 170/A 35128 Padova; a mano c/o Dieffe Scarl, Via Forcellini 170/A 35128 Padova.			
Attestazione Finale	Al termine del corso è previsto un ESAME FINALE per il conseguimento dell' ATTESTATO DI QUALIFICA PROFESSIONALE .			

Per informazioni e Candidature:

AICOIST - Comitato di Mestre - via Monte Nero, 62 - 30170 Mestre (VE)
 email: info@aicoist.it - rif: "FSEWEBDF, C.Att. Antonio Lazzari."

Uffici e segreteria organizzativa presso: Dieffe Soc.coop.a.r.l. Via Forcellini, 150 35128 Padova
 tel. 049/8033650 fax 049/8033652 Numero Verde **800272565**
www.dieffe.com

Il percorso formativo comporterà elementi di programmazione Java e capacità di progettazione di Applicazioni WEB in ambiente Entrprise.

Lo Stage si terrà presso le maggiori Aziende di Information Technology presenti nelle Provincie di Padova e Venezia.

DIEFFE
FORMAZIONE E LAVORO

Fig.2



DOMANDA DI PARTECIPAZIONE AL CORSO F.S.E.

Il/La sottoscritto/a _____

Nato/a a _____

Il _____ E residente in Via _____ n. _____

Comune _____

Prov _____ C.A.P. _____ Tel. _____

CHIEDE

di poter partecipare alla selezione per il corso gratuito finanziato dal Fondo

Sociale Europeo dal titolo

“ _____
_____ ”

Ai sensi del D. lgs. 196 del 30 giugno 2003, ACCONSENTO ALL'INTERO TRATTAMENTO DEI DATI CHE MI RIGUARDANO

Data _____

Firma _____

Come è stato già anticipato nel paragrafo 1.1, dal 2000 le linee guida (e i conseguenti *obiettivi*) del Fse sono stati modificati rispetto al periodo precedente (1994-1999), passando dagli iniziali 6 obiettivi agli attuali 3. Nonostante questo, ognuno di questi tre “nuovi” obiettivi ne include due dei precedenti.

OBIETTIVO 1 (regioni in ritardo di sviluppo)

1. OBIETTIVO 1

(adeguamento strutturale delle regioni in ritardo di sviluppo)

2. OBIETTIVO 6

(sviluppo regioni ultraperiferiche);

OBIETTIVO 2 (zone con difficoltà strutturali)

1. OBIETTIVO 2

(riconversione regioni in declino industriale)

2. OBIETTIVO 5B

(sviluppo zone rurali);

OBIETTIVO 3 (politiche e sistemi di istruz. e occupaz.)

1. OBIETTIVO 3

(disoccupazione di lunga durata)

2. OBIETTIVO 4

(adeguamento dei lavoratori ai mutamenti industriali).

La *misura* e l'*obiettivo* del corso sono due importanti strumenti per inquadrare la condizione professionale del pubblico a cui si rivolge (laureati, diplomati, disoccupati, etc...) e la zona territoriale nella quale gli stagisti verranno inseriti.

È importante sottolineare come i due strumenti sopraccitati siano fortemente legati tra loro. Infatti le misure definiscono le varie

tipologie di disoccupati, delineate in base all'obiettivo specifico perseguito.

Misura A2; A3

- Disoccupati fino a 6 mesi, nel caso di giovani di età compresa tra i 15 ed i 24 anni;
- disoccupati fino a 12 mesi, in caso di adulti dai 25 anni di età;
- persone inserite in contratto di apprendistato o altro contratto a causa mista;
- persone in condizione professionale inattiva (casalinga, studente, militare di leva, altro inattivo), nella misura in cui si risulta iscritti alle liste di disoccupazione.

Misura B1

- Portatori di handicap fisici e mentali disoccupati;
- detenuti o ex detenuti disoccupati;
- cittadini extracomunitari disoccupati;
- tossicodipendenti ed ex tossicodipendenti; sieropositivi; alcolisti od ex alcolisti; persone inquadrabili nei fenomeni di nuova povertà; persone che intendano uscire da uno stato di prostituzione.

Misura C3

- Inoccupati e/o disoccupati giovani ed adulti, indicativamente diplomati e/o laureati

Misura E1

Donne occupate o disoccupate, giovani o adulte.

È facilmente intuibile come il budget da riservare alla promozione del corso sia necessariamente legato alla situazione finanziaria dell'azienda. Solitamente, il mezzo d'informazione maggiormente utilizzato è la locandina (visti i ridotti costi di produzione). Meno utilizzati sono gli articoli sui giornali e gli spot radiofonici o televisivi (il cui costo è estremamente elevato, anche a livello esclusivamente provinciale-regionale).

Spesso il raggiungimento del quorum è direttamente proporzionale alla promozione fatta: tanto più elevato sarà l'investimento, maggiore sarà la probabilità di raggiungere il numero minimo di partecipanti per iniziare il corso di formazione.

Il passo successivo alla selezione dei partecipanti al corso è la selezione del personale docente qualificato.

Nonostante la Ue ponga come condizione necessaria per il finanziamento la creazione di corsi di formazione nuovi anno per anno, la Dieffe (come del resto altri enti di formazione) ha deciso di puntare la propria attenzione solo su alcuni settori.

Il vantaggio è duplice: da una parte si consegue una sempre maggiore esperienza sugli argomenti da trattare, in modo tale da offrire un servizio migliore ai tirocinanti, dall'altra si crea un rapporto di lavoro forte e duraturo con i migliori docenti sul mercato. Infine, ed è un aspetto assolutamente non trascurabile, la concentrazione su precisi settori comporta un'inevitabile diminuzione delle spese generali.

All'inizio del corso (presumibilmente nelle prime due - tre lezioni) vengono stabiliti gli orari delle lezioni, dove possibile

congiuntamente alunni e docenti, in modo da venire incontro alle necessità di tutti.

La durata media dei corsi è, generalmente, di circa 800 ore: una parte, più consistente, di teoria (circa 500 ore di lezioni frontali, esercitazioni...) ed una di tirocinio (circa 300 ore).

Alla fine del corso, gli alunni vengono sottoposti ad un esame finale per conseguire l'attestato di qualifica professionale. Vi è la possibilità, inoltre, che le imprese coinvolte durante il periodo di stage possano assumere gli stagisti.

CAPITOLO 2

IL PROGETTO

2.1 OBIETTIVO DEL PROGETTO

L'obiettivo principale di questo progetto è migliorare i rapporti di lavoro tra l'azienda Dieffe Scarl e i propri clienti. Migliorare i rapporti significa, ad esempio, ridurre i tempi nella preparazione di un corso professionale, mantenere il numero di partecipanti dall'inizio alla fine del corso (una perdita di partecipanti aumenterebbe i costi) o, quantomeno, mantenerlo sopra la quota minima, necessaria per portare a termine il corso.

Ma significa anche pagare puntualmente i docenti assunti e, soprattutto, formare del personale professionalmente preparato ed aggiornato.

Tutte queste finalità sono strettamente collegate con l'ottimizzazione dei tempi di lavoro e il monitoraggio costante della soddisfazione dei clienti. Dopo aver studiato approfonditamente tali problematiche con il tutor Dott. Nicola Paneghel, sono state individuate e definite le migliori soluzioni al problema: si è deciso di migliorare le prestazioni del database aziendale, in modo da renderlo più efficiente, e creare un questionario di *customer satisfaction*, con lo scopo di venire a conoscenza dei punti deboli del servizio offerto dalla Dieffe e, al tempo stesso, di assimilare il maggior numero di informazioni riguardanti i propri clienti.

Quest'ultima funzione viene svolta prevalentemente dal database: esso, infatti, raccoglie informazioni perlopiù generiche sul cliente (come, ad esempio, recapiti telefonici, indirizzi...).

Proprio il fatto che siano sommarie, però, rende necessario l'utilizzo di uno strumento in grado di ottenere informazioni più dettagliate.

Riordinare un database significa renderlo più efficace ed efficiente: vale a dire non solo eliminare informazioni iterate e aggiornarne il contenuto con le nuove informazioni a disposizione, ma anche migliorarne l'interfaccia grafica in modo da rendere l'utilizzo più semplice ed immediato.

Il processo di riordino del database verrà illustrato maggiormente nei prossimi due paragrafi (2.2 e 2.3), mentre la creazione del questionario verrà affrontata nel paragrafo 2.4.

2.2 VERIFICA DEI DATI PRE-ESISTENTI

Oltre ad un archivio cartaceo, da circa 6 anni Cosmi Group possiede anche un archivio digitale, ovvero un database in cui, talvolta, sono state inserite notizie (quasi sempre incomplete) sulle imprese-clienti con cui si sono avuti contatti di lavoro.

Innanzitutto è necessario essere registrati nel database per poter modificare i dati, inserirne di nuovi o aggiornarlo semplicemente.

Effettuato questo procedimento di prassi, si entra attivamente nel database: è possibile inserire o ricercare un contatto, creare o ricercare un evento, inserire indirizzi in rubrica, esportare i contatti ricercati in formato *pdf*.

Come detto, il database si è rivelato molto scarno e, nella maggior parte dei casi, le informazioni presenti erano minime ed essenziali. Nonostante vi fosse la possibilità di inserire un gran numero di utili informazioni riguardanti l'impresa e i suoi dipendenti, la maggior parte delle volte gli unici campi che venivano compilati erano la ragione sociale dell'impresa, un recapito telefonico e l'indirizzo. Decisamente troppo poco per estrapolare un efficiente ed efficace strumento statistico da utilizzare per migliorare le relazioni con le imprese clienti.

È stato rilevato, inoltre, che alcuni contatti precedentemente inseriti, nel corso del tempo erano stati replicati.

Questo è presto spiegato: la struttura del database non permette all'utente che inserisce un referente nel contatto, di poter aggiungere ulteriori referenti al medesimo contatto.

Risulta pertanto necessario inserire un "nuovo" contatto della medesima impresa, ma con un referente diverso.

Per maggiore chiarezza riporto brevemente i campi del database che dovrebbero essere compilati per avere il maggior numero di informazioni utili riguardanti l'azienda-cliente.

Prima parte: “Contatto”

- Titolo (Dottore, Architetto, Ingegnere...), nome e cognome del referente;
- Tipo di Azienda (Istituto di Credito, Impresa, Associazione...)
- Indirizzo, C.A.P. , città, provincia e nazione d'appartenenza degli uffici dell'impresa;
- Numeri di telefono, fax dell'impresa e indirizzi e-mail.

Seconda parte: “Abilitazione”

- Indirizzo, C.A.P. , città, provincia e nazione;
- Telefono, fax e cellulare.

Terza parte: “Sede legale”

- Indirizzo, C.A.P. , città, provincia e nazione;
- Telefono, sito web;
- Fatturato, n° dipendenti, partita Iva;
- Settore (edilizia, informatica,...) e Tipologia (vedi Tipo di azienda).

Quarta parte: “Altro”

- Consenso privacy (si/no) e Altre Note.

Dopo un'attenta e prolungata analisi appare chiaro che tale database risulta essere ridondante in molti punti: ad esempio, la precisazione del tipo di azienda sia nella parte “contatto” sia “sede legale”. Oppure, l'inserimento del campo “abilitazione” risulta

inutile dal punto di vista della raccolta di informazioni nuove rispetto a “contatto” e “sede legale”.

A questo va aggiunta la sostanziale ignoranza, da parte di gran parte del personale addetto all’inserimento dati, del significato di tale campo, nonché sul corretto uso del database e sulle sue reali potenzialità informative.

Questo comporta, dunque, un utilizzo distorto o inutile del supporto informatico, il quale risulta estremamente disordinato, in evidente contrasto con il fine per cui è stato progettato, ovvero dare un ordine ed un significato alle informazioni raccolte.

La prima fase del progetto si è dunque conclusa con una sostanziale conferma delle prime impressioni: il database necessita di essere aggiornato nei contatti già inseriti e richiede la ricerca dei dati informativi riguardanti le imprese non inserite nel database, coinvolte tra il 2000 e il 2006 in corsi Fse.

2.3 AGGIORNAMENTO DATI ED INSERIMENTO DI NUOVI CONTATTI

L'aggiornamento dei vecchi dati ha richiesto circa due settimane di lavoro. Innanzitutto si è proceduto effettuando una ricerca avanzata nel database, in modo tale da ottenere tutti i contatti che avevano collaborato con la Dieffe.

Tuttavia, questo procedimento non è riuscito a individuare anche quelle imprese che, all'epoca dell'inserimento, non furono classificate come "collaboratrici con la Dieffe", nonostante lo fossero state. Questo ha comportato, in fase di inserimento dati, l'iterazione di tali contatti, venendo comunque prontamente individuati ed aggiornati, o eliminati nel caso non fossero più validi. Completata anche questa fase, si è proceduto all'inserimento dei dati vergini: utilizzando come strumenti l'archivio cartaceo presente all'interno della Dieffe (in special modo la "posizione assicurativa" (doc.1), l'elenco degli abbinamenti aziende/alunni" (doc.2)) e varie ricerche su internet (sito personale dell'impresa, motori di ricerca, riviste specifiche del settore in cui opera l'impresa,...) si è potuto inserire nel database Cosmi Group informazioni precise e dettagliate di circa 200 imprese.

Su questo complesso, nella quasi totalità dei casi (c.a. il 97%) è stato possibile recuperare le informazioni basilari (ad es. indirizzo, telefono, fax), per una discreta percentuale (c.a. il 57%) è stato possibile ricondursi anche a contatti informatici (sito internet, mail) e solo in sporadici casi (c.a. il 3%) non è stato possibile ottenere alcuna informazione utile sull'impresa o, al contrario, (c.a. il 5%) si è riusciti a reperire informazioni di livello approfondito (come fatturato dell'impresa, numero di dipendenti e partita iva).

Doc.1

ALLA GIUNTA REGIONALE DEL VENETO
Direzione Regionale Formazione
Servizio....
Ufficio Gestione FSE
Palazzo Balbi – Dorsoduro, 3901
30123 VENEZIA VE

Prot. N. 045/1089/001/IIC

Cod. Ente 014

Oggetto: Attività formativa FSE 2004 approvata con D.G.R. N2583 del 08/08/2003
COMUNICAZIONE DI AVVIO DELLO STAGE E RICHIESTA VIDIMAZIONE REGISTRI INDIVIDUALI A
FOGLI MOBILI

Cod. Ente	Progetto	Titolo Progetto	Ob.	Asse	Mis.	Sede
014	001c2	<i>Esperto in cantieristica e tecniche per il restauro di materiali lignei e metallici (II° ciclo)</i>	3		C3	Padova

Con la presente si comunica che lo stage per gli allievi dell'azione in oggetto avrà luogo dal 13/09/04 al 23/11/04 per un totale di 400 ore e che i rientri in sede sono previsti nelle seguenti date il 15/10/04 e il 24/11/04.

Si riporta di seguito il calendario/abbinamenti relativi allo stage aziendale in oggetto e si dichiara che lo stesso viene inviato per conoscenza all'I.N.A.I.L.

Si richiede, inoltre, la vidimazione di n.16 fogli di presenza mobili per la realizzazione del periodo di stage previsto nel percorso formativo, numerati da n.1 a n. 16

Doc.2

Nominativo corsista	A/U Allievo o uditore	Azienda	Orario di Presenza aziendale
FABBRI ANGELA	A	OSMOEDIL Via S. Breda 6, Limena (Pd) Cantiere c/o la chiesa di Sant'Antonio a PD	
BORELLA BARBARA	A	OSMOEDIL Via S. Breda 6, Limena (Pd) Cantiere c/o la chiesa di Sant'Antonio a PD	
PANCIERA EMANUELA	A	DUCALE Restauro Via Capitello Albrizzi 5 Mira(Ve) – Cantiere c/o Villa Contatrini- Venier Riviera del Brenta (VE)	
TOGNANA GIANGIACOMO	A	IMPRESA VERDE PADOVANA Via della Croce Rossa 32 PD- girerà in varie sedi e varie ditte associate in tutta la provincia di Padova	
QUARANTA BARBARA	A	OSMOEDIL Via S. Breda 6, Limena (Pd) Cantiere c/o la chiesa di Sant'Antonio a PD	
TODARO MARIA GRAZIA	A	TEA Engeniering Via U. Foscolo 10 Padova	
DALLA PIETA' FEDERICA	A	Studio Tecnico Polesel Via S. Moglianese 112 Scorzè (VE)	
GOBBI RAFFAELLA	A	Arch. Sergio Pratali Maffei Via Milanese 1 Mestre (VE)	

Luogo e data _____

Timbro dell'Ente e firma del Responsabile del progetto

In quest'ultima categoria sono rientrate le imprese maggiori, che avevano anche un mercato estero, per le quali è assolutamente conveniente mostrare la massima trasparenza ai propri clienti e fornire loro tutti i possibili strumenti di aiuto e consulenza.

Per ogni nuovo contatto inserito è stato indicato (in aggiunta a quanto detto a pag.16):

- La collaborazione con la Dieffe Scarl;
- Il codice corso e il nome del corso per il quale hanno collaborato le imprese, nonché l'anno di riferimento;
- Il motivo della collaborazione ("AVVIO STAGE " nel caso di un'impresa, "PROMOZIONE CORSI" nel caso fossero un Informagiovani);

Il database è stato aggiornato in modo tale da essere il più ordinato e completo possibile.

Al momento attuale, infatti, attraverso una ricerca avanzata, è possibile individuare velocemente tutte le aziende che hanno collaborato con la Dieffe, con la possibilità di venire subito a conoscenza se l'impresa ha un rapporto già consolidato nel tempo, o se risulta essere un nuovo contatto.

La presenza, poi, di un referente nel contatto è fondamentale: avere già il nominativo di una persona a cui appoggiarsi rende il contatto di lavoro più immediato ed efficace. Questo, però, richiede un continuo aggiornamento del database, meccanismo assolutamente non interiorizzato da parte degli addetti all'area commerciale che, al momento del contatto con l'azienda, dovrebbero controllare e/o inserire le informazioni sopra riportate.

2.4 CREAZIONE DEL QUESTIONARIO “COSTUMER SATISFACTION”

L'ultima parte del progetto è stata la creazione di un questionario “customer satisfaction”, ovvero un questionario il cui scopo è rilevare la soddisfazione del cliente relativamente all'operato della Dieffe.

Quest'ultima fase ha impegnato le mie ultime due-tre settimane di stage presso la Dieffe Scarl e ha visto la collaborazione del mio tutor, Dott. Nicola Paneghel, nella creazione delle domande.

Il questionario è composto da quattro sezioni con lo scopo di inquadrare le caratteristiche dell'impresa, il contesto in cui opera e i suoi fabbisogni attuali e futuri, i fabbisogni formativi dei dipendenti e la chiusura dell'indagine, nella quale vengono richieste alcune informazioni più personali dell'intervistato.

L'idea alla base di questo questionario è: maggiore è la conoscenza delle imprese clienti (in ambito economico, marketing,...), migliore e più duraturo potrà essere il servizio offerto.

Tale questionario è stato solo costruito ma non somministrato. Non vi saranno, dunque, dati statistici analizzati, né conclusioni sui risultati ottenuti. Questo questionario, infatti, rientra nel progetto in questione: ricercare metodi statistici efficienti con lo scopo di migliorare la soddisfazione dei clienti della Dieffe.

2.5 *IL QUESTIONARIO*

SEZIONE A) Caratteristiche dell'impresa

A1) Quale delle seguenti categorie la rappresenta meglio?

1. T.A.C. tessile abbigliamento cuoio
2. arredamento
3. edilizia (restauro artistico _____)
4. grafici
5. legno
6. officine meccaniche (fabbri)
7. orafi e argentieri
8. pittori decoratori
9. marmisti
10. alimentaristi che realizzano opere di tipo artistico.
11. vetrai
12. ceramica
13. Altro. Specificare _____

A2) La ditta ha altre sedi oltre alla sede legale?

1. Sì
2. No → passare a A4

A3) Se sì, le sedi operative sono dislocate sul territorio:

- | | | |
|-------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 1. Regionale | <input type="checkbox"/> sì | <input type="checkbox"/> no |
| 2. Nazionale | <input type="checkbox"/> sì | <input type="checkbox"/> no |
| 3. Internazionale | <input type="checkbox"/> sì | <input type="checkbox"/> no |

A4) Numero addetti

- N. Titolari e soci
N. Impiegati
N. Tecnici
N. Operai
N. Apprendisti
N. Contratto di formazione-lavoro
N. Collaborazioni (Co.co.pro, liberi professionisti..)
N. Altro.....
N. Totale

Nell'ambito degli addetti quantificare la presenza di:

- N. Donne
N. Disabili
N. Extracomunitari

A5) In percentuale gli addetti della Sua impresa si sono:

___ % familiari

___ % non familiari

A6) Quanti sono ad oggi i dipendenti / collaboratori dell'impresa?

- nessuno
 da 1 a 5
 da 6 a 9
 da 10 a 19
 da 20 a 49

SEZIONE B) CONTESTO & FABBISOGNI OCCUPAZIONALI

B1. LOCALITA' _____

B2. Anno in cui è iniziata l'attività dell'impresa _____

B3. La domanda dei Suoi prodotti è:

1. in aumento
2. stabile
3. in diminuzione
4. in estinzione

B4. La Sua impresa ha ordini per:

1. meno di sei mesi
2. da sei mesi ad un anno
3. un anno
4. più di un anno

B5. La clientela della Sua impresa proviene in percentuale :

1. dalla provincia di Padova
_____%
2. dal Veneto
_____%
3. da altre regioni d'Italia
_____%
4. dall'Unione Europea
_____%
5. da altri Paesi
_____%

B6. Quali sono le strategie che l'impresa attua o intende attuare per mantenere o ampliare la propria clientela? (indicare le tre più importanti indicando l'ordine di priorità)

	I	II	III
1. Riduzione delle tariffe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Investire in immagine/pubblicità (fiere naz. e internaz.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Sempre maggior attenzione alla qualità del servizio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Ampliare il ventaglio di servizi/prodotti offerti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Accordi o collegamenti con associazioni di categoria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Investire sulla professionalità del personale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Migliorare il rapporto qualità/prezzo vantaggioso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Marchio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Altro (specificare_____)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

B7. Per attuare quanto sopra la sua impresa pensa di avvalersi in maniera preponderante

I II III

1. delle strutture e del personale in proprio possesso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. di consulenza di esperti di settore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. dei servizi già predisposti da istituzioni o enti di categoria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. di formazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Accordi o collegamenti con altri del settore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Altro (specificare_____)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

B8. Fattori su cui agiscono i principali concorrenti dell'impresa (*massimo 3 risposte in ordine di importanza*):

I II III

- | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. Tariffe | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Qualità del servizio / prodotto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Servizi aggiuntivi al cliente | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Immagine/Pubblicità | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. Localizzazione più favorevole | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. Innovazione del servizio / prodotto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. Differenziazione dell'offerta | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. Altro(specificare_____) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

B9. Previsioni occupazionali dell'impresa per il 2007:

- | | |
|------------------------|--------------------------|
| 1. Crescita | <input type="checkbox"/> |
| 2. Stabilità | <input type="checkbox"/> |
| 3. Diminuzione | <input type="checkbox"/> |
| 4. Cessazione attività | <input type="checkbox"/> |

B10. Suddivisione degli occupati / collaboratori dell'impresa per settori di attività:

- | | Totale |
|----------------------------------|----------------|
| 1. Amministrazione | __ |
| 2. Controllo di gestione | __ |
| 3. Gestione finanziaria | __ |
| 4. Gestione acquisti | __ |
| 5. Marketing/immagine/pubblicità | __ |
| 6. Gestione vendite | __ |
| 7. Produzione | __ |
| 8. Altro | __ Specificare |
| (_____) | |

B11. Sviluppi aziendali realizzati e previsti dall'impresa per potenziare alcune aree:

1. Nessuno
- realizzati previsti
negli ultimi 2 anni nei prossimi due anni

Aree:

1. Economico/finanziario
2. Gestione acquisti
3. Ampliamento/restauro immobile
4. Marketing/immagine/pubblicità
5. Informatica
6. Altro Specificare
(_____)
7. Ricerca/innovazione prodotto
8. Non prevedibile

Tra le aree sopra elencate, può indicare quelle ritenute più strategiche per la vostra struttura (Indicare le prime due in ordine di importanza)

|__| |__|

B12) Si immagini fra cinque anni: quali saranno i servizi innovativi della sua impresa?

1. Sì → Quali.....
2. No

B13) Qual è la modalità principale di incontro tra domanda e offerta di lavoro?

1. Chiamata diretta / passa parola
2. Centri per l'impiego
3. Agenzie interinali
4. Altro → (specificare_____)

B14) Qual è il principale titolo di studio presente tra i dipendenti / collaboratori dell'impresa?

1. Nessuno
2. Licenza Elementare
3. Licenza Media
4. Attestato di qualifica professionale
5. Diploma scuola media superiore
6. Titolo universitario
7. Titolo superiore alla laurea
8. Altro → (specificare _____)

B15) C'è presenza di personale extracomunitario tra i vostri dipendenti / collaboratori?

1. Sì
2. No

B16) Se avesse la possibilità di assumere una persona, quale figura professionale andrebbe a coprire?

B17) Le sue creazioni sono conosciute anche all'estero?

1. No
2. Sì, dove _____

B18) Ha ricevuto premi o riconoscimenti? Quali?

1. Premi o riconoscimenti locali
2. Regionali
3. Nazionali
4. Internazionali
5. Nessuno

B19) Nella sua produzione ha introdotto e sperimentato nuovi materiali?

1. No
2. Sì, quali _____

B20) Ha introdotto delle tecnologie che non utilizzava in precedenza?

1. No
2. Sì, quali _____

B21) La fase di ideazione del progetto avviene:

1. Interamente all'interno della bottega artigiana
2. L'idea nasce all'esterno
3. Il prodotto viene disegnato all'esterno
4. Il prototipo viene realizzato all'esterno

B22) Per quanto riguarda la soddisfazione che lei trae dalla propria attività, da chi si sente più apprezzato? Attribuisca un voto da 1 a 10 alle seguenti possibilità:

1. Da chi svolge il suo stesso mestiere
2. Dai clienti
3. Dalle Associazioni
4. Altro. Specificare _____

B23) È interessato a confrontarsi con esperienze culturali che possano aiutarla a crescere

ulteriormente nel suo lavoro? Disponga in ordine di importanza le seguenti:

1. Scambi internazionali
2. Studio di casi di successo
3. Collaborazione con professionisti che creino valore aggiunto
4. Collaborazione con altri artigiani che svolgano l'attività al suo livello
5. Altro. Specificare _____

B24) Cosa garantisce il successo dei suoi prodotti? Da 1 a 10, attribuisca un punteggio a

ciascuna delle seguenti caratteristiche:

1. Particolarità dei materiali
2. Unicità dell'artefatto
3. Utilità dell'artefatto
4. Rapporto tra il prezzo e la qualità
5. Altro. Specificare _____

SEZIONE C) FABBISOGNI FORMATIVI

C1. ESPERIENZA IN FORMAZIONE Negli ultimi cinque anni la sua azienda ha realizzato interventi di formazione rivolti al personale? Sì No

Negli ultimi cinque anni il vostro personale ha seguito interventi formativi individualmente? Sì No

Che tipo di formazione? % ____ Interna
% ____ Esterna

In quali aree?

- Competenze linguistiche
- Competenze informatiche
- Competenze organizzativo/gestionali
- Competenze di marketing/vendita
- Competenze tecniche di settore
- Aggiornamento su normative e decreti
- Comunicazione
- Artistica
- Altro

Con quale modalità? (possibili più risposte)

- Tradizionale
- A distanza/e-learning
- Mista
- Flessibile con momenti seminariali (open learning)

Quanto si ritiene soddisfatto degli interventi realizzati fino ad ora?

	insoddisf.	Poco soddisf.	Soddisf.	Abbast. soddisf.	Molto soddisf.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Pensa che nei prossimi 12 mesi la sua azienda ricorrerà a momenti di formazione?

- Sì
- No

Con che modalità? (possibili più risposte)

- Tradizionale
- A distanza/e-learning
- Mista
- Flessibile con momenti seminariali (open learning)

**Secondo lei le
persone si
aggiornano più
facilmente....(metta
in ordine di
importanza le
seguenti modalità
di risposta secondo
la sua opinione
(dall'1 alla 3°)**

- Attraverso corsi realizzati esclusivamente in presenza
- Ricevendo e ricercando informazioni per mezzo di stimoli esterni
- Attraverso sistemi integrati di formazione in presenza e a distanza
- Altro _____

**C2.
VALUTAZIONE Dove ritiene che il Suo
DELLE personale sia più
CARENZE carente?
FORMATIVE**

- Competenze linguistiche
- Competenze informatiche
- Competenze organizzativo/gestionali
- Competenze di marketing/vendita
- Competenze tecniche
- Competenze normative
- Conoscenze dei materiali
- Competenze artistiche
-
- Altro _____

C3.

**OBIETTIVI DI
FORMAZIONE**

**Quali ritiene che
saranno le figure chiave
su cui puntare per
raggiungere gli obiettivi
aziendali?**

- Titolari
- Responsabili alle vendite/marketing
- Responsabili amministrativi
- Responsabili alla produzione
- Tecnici specializzati
-
- Altro _____

**In quali ambiti ritiene
più importante
aggiornare il Suo
personale?(dare una
valutazione da 1 (Per
Niente) a 5 (Molto))**

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Lingue straniere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informatica/telematica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet/E-commerce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marketing e vendite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comunicazione e immagine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Controllo di gestione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Organizzazione aziendale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gestione amministrativa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gestione degli approvvigionamenti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gestione finanziaria e credito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gestione personale e contratti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Disciplina fiscale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Legislazione di settore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sicurezza sul lavoro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Problemi di risparmio energetico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Controllo qualità	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aggiorn. competenze di settore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Privacy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Strategia commerciale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Normativa sugli appalti pubblici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Altro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<hr/>					
Altro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<hr/>					
Altro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<hr/>					

SEZIONE D) Chiusura

D1) Genere dell'intervistato

1. Maschio
2. Femmina

D2) Mi dice il Suo titolo di studio?

1. Nessuno
2. Licenza Elementare
3. Licenza Media
4. Attestato di qualifica professionale
5. Diploma scuola media superiore
8. Titolo universitario
7. Titolo superiore alla laurea
8. Altro → (specificare _____)

D3) Qual è il Suo ruolo nell'azienda?

D4) Qual è la Sua età?

1. 15-24
2. 25-34
3. 35-44
4. 45-54
5. 55-64
6. 65 e oltre

D5) Se verranno effettuate ulteriori indagini di questo tipo, Lei sarebbe disponibile a rispondere?

1. *Si*
2. *No*

2.6 CONCLUSIONI

Il progetto si propone di ricercare quei metodi statistici atti a migliorare il rapporto tra la società cooperativa Dieffe e i suoi clienti.

Questo progetto ha dunque individuato i due strumenti che permetterebbero all'impresa Dieffe di migliorare sensibilmente il proprio rapporto di lavoro con le imprese clienti: il database aziendale tenuto costantemente aggiornato (attraverso l'inserimento di dati nuovi e la modifica o eliminazione di quelli datati) e la somministrazione di un questionario al referente di ogni impresa contattata.

Come detto, alla base di tutto c'è l'individuazione di un'unica persona a cui rivolgersi all'interno dell'impresa cliente. Questo, infatti, sia eviterà la formazione di dati doppi o, addirittura, iterati più volte nel database, sia aumenterà l'efficacia e l'efficienza del lavoro svolto dalla Dieffe.

È stato segnalato in più di un'occasione come il primo aspetto descritto sia tuttora molto diffuso nella Dieffe Scarl: una soluzione per evitare il ripetersi di tale fenomeno è collegato a doppio filo con quanto detto finora sull'aggiornamento costante delle informazioni presenti nel database. È infatti possibile inserire il nome della persona all'interno del personale della Dieffe che si occupa direttamente del contatto.

In questo modo, chiunque all'interno della Dieffe (ma anche della holding Cosmi Group) ha la possibilità di sapere immediatamente chi ha seguito da vicino tale cliente, evitando così di perdere tempo, di inserire dati già presenti e di avere un quadro generale impreciso o non corretto.

Tutto questo rientra però in una sorta di “rieducazione” del personale della Dieffe. Una soluzione al problema potrebbe essere innanzitutto la creazione di un “corso d’aggiornamento” all’interno dell’azienda per i dipendenti del settore “commerciale” (le persone più coinvolte dal progetto database) sul modo in cui si utilizza il database, in modo da ottimizzare fin da subito i tempi e renderne comprensibile l’aspetto vantaggioso che comporta l’uso sistematico dell’archivio digitale.

È necessario aggiungere, però, che il database deve essere comunque rivisto: sono presenti, infatti, campi da compilare ridondanti (vedi pag. 18) che ne rendono difficoltoso l’utilizzo.

Per quanto riguarda la fase di suddivisione ed organizzazione del lavoro, dunque, l’utilizzo sistematico e corretto del database aziendale è sicuramente lo strumento statistico più efficiente.

Per quanto concerne, invece, la fase di miglioramento del rapporto con le imprese clienti (ovvero la creazione di corsi professionali ad hoc per la singola azienda, o la formazione di figure professionali adatte alle nuove richieste del mercato,.. etc), lo strumento proposto è la somministrazione di un questionario.

Nel caso in questione, essendo un questionario estremamente approfondito, i risultati ottenuti darebbero indicazioni molto utili sul mercato studiato e sull’effettiva figura professionale richiesta. Infine, nel caso in cui i questionari fossero somministrati in numero tale da avere anche una buona validità statistica, le conclusioni derivate sarebbero efficaci ed efficienti, come si conviene per ogni strumento statistico.

