

LA FORMAZIONE ALLEATA DEL BUSINESS: IL CASO DISITALY GROUP

UN CASO REALE DI COME LA FORMAZIONE DIVENTA ALLEATA STRATEGICA DEL BUSINESS.

Disitaly Group è un'azienda che opera nel settore della protezione patrimoniale e in particolar modo nasce e cresce nel settore dei beni rifugio: i diamanti.

Come alcuni di voi sapranno, questo settore fu colpito duramente da una serie di scandali bancari che riguardavano l'abuso di listini di mercato per i diamanti da investimento; questi fatti portarono Disitaly per un attimo a navigare in acque mosse nonostante l'azienda sia da sempre stata considerata molto etica e trasparente.

Da una situazione potenzialmente disastrosa, il Board riuscì a trasformarla in un'opportunità di forte crescita ed espansione; il piano strategico messo in atto comprendeva: revisioni di processi, funzioni, ruoli, prodotti e un intenso piano di formazione sia interno che esterno. Nel giro di 12 mesi Disitaly aveva una nuova direzione commerciale, un ventaglio di prodotti molto vantaggiosi dedicati a target di clienti ampliati, nuove partnership commerciali come il Trust e una forza vendita completamente rinnovata con la **creazione di figure strategiche di supporto al Board:** gli **Strategic Management Team Leader.**

Le figure dei Team Leader furono selezionate tra i venditori più competenti e specializzati in varie particolarità del settore (assicurativo, consulenziale, orafo, diamantifero e di Trust); si creò un gruppo di persone che avevano singolarmente un know-how altissimo e una forte motivazione alla crescita ma che dovevano essere messe nelle condizioni di lavorare in team in modo sinergico e interdipendente. In realtà tutta l'azienda avrebbe dovuto muoversi in modo sincronico e così fu.

Disitaly Group, in un momento dove facilmente si fanno tagli e si tirano i remi in barca, decise al contrario di investire sulle persone, unica vera risorsa che avrebbe fatto la differenza tra sopravvivere o prosperare.

LA FORMAZIONE IN DISITALY GROUP

Si partì inizialmente con un piano di formazione rivolto ai collaboratori interni per poi rivolgersi verso la forza vendita esterna e ai diretti clienti. Il **personale di sede** fu formato su varie tematiche che garantissero un **migliore clima collaborativo e di coordinamento** tra gli stessi colleghi; in particolare fu usata la formazione esperienziale per condividere uno **stile comunicativo che generasse trasparenza tra bisogno e richieste.**

Quasi contemporaneamente si iniziò a selezionare e formare il gruppo di Team Leaders seguendo un processo che facilitasse sia la responsabilità che la ownership del progetto; fu quindi previsto un **percorso di team coaching** che aveva come obiettivo la selezione di una forza vendita rinnovata e motivata ma soprattutto adeguatamente formata a gestire le nuove esigenze emergenti dei clienti. I T.L. si sarebbero presi cura sia della crescita e della formazione della forza vendita su tutto il territorio nazionale, la formazione di Area Manager di territorio, la creazione di prodotti e servizi che rispondessero alle nuove esigenze di mercato e lo sviluppo di nuove linee di business. **Per poter**

garantire tutto questo era necessario che imparassero a lavorare come team e soprattutto che si sentissero pienamente ingaggiati e responsabili dei successi e dei risultati. La Direzione fu molto abile a lasciare loro spazio e soprattutto ascolto creando dei momenti settimanali di riunioni e scambi oltre che di sperimentazione di idee e proposte.

Dopo circa 4 mesi dalla creazione e dall'asestamento del gruppo si iniziò a preparare la formazione esterna, di cui i TL erano i primi formatori diretti. Si creò un piano di **workshop** tematici dedicati a clienti diretti su punti molto sensibili soprattutto all'imprenditoria come ad esempio il **passaggio generazione** e sull'importanza della tutela patrimoniale aziendale. Oltre a ciò rivisitarono il **piano di formazione per accogliere nuovi agenti mandatari** basato sia su contenuti tecnici che psicologici: il **Welcome Day** fu il primo di essi a cui seguirono formazioni di grado più specialistico sul **Trust, Psicologia delle decisioni** e prodotti specifici come il **D-Gold**.

Gaz-Elle ha collaborato con loro in tutta questa grande trasformazione facendone anche parte diretta ed essendo coinvolta in molti momenti ufficiali come il W.D e percorsi di Psicologia delle decisioni nella vendita consulenziale.

Nello specifico, rivolgendosi alla forza vendita nazionale, **a Disitaly fu da subito chiaro che occorreva fornire qualcosa di più ai venditori** rispetto alla conoscenza dei meri prodotti; dovevano sapere come ragionano le persone e soprattutto **sapere come vengono prese le decisioni nel settore degli investimenti**. Si voleva andare oltre le mere tecniche di vendita consulenziale e dirigersi verso i meccanismi mentali con cui ogni persona ne viene influenzata, soprattutto a livello inconscio. Ecco che nacquero percorsi di sperimentazione diretta sui propri **Bias cognitivi di scelta, meccanismi di distorsione delle realtà oggettiva, conoscenze neuroscientifiche sui processi decisionali** (Kahneman 2018 Sistema 1 e Sistema 2) e concetti di **antifragilità applicata al settore economico**. Tutto questo doveva **stimolare prima una personale presa di coscienza del funzionamento mentale** in caso di scelte complesse e, a seguire, una **maggiore comprensione delle obiezioni, delle perplessità e delle azioni dei clienti prospect**.

IL FINALE E L'INIZIO

Oggi Disitaly Group ha piani formativi d'eccellenza per i propri collaboratori; sia internamente che verso la rete commerciale nonché verso i diretti clienti e continua a svilupparne di nuovi e aggiornati sull'andamento dei contesti economici e sociali italiani.

Questa esperienza ha ancora più valore se si pensa che Disitaly è strutturalmente un player di piccola grandezza ma di grande perspicacia rispetto a molte grandi realtà dove velocità e formazioni appaiono temi sempre trascurabili. Da questo primo ciclo virtuoso Disitaly sta già raccogliendo frutti interessanti e si prepara a un grande salto di qualità.

Si ringrazia la Direzione Disitaly e in particolare l'Amministratrice Annalisa Paterini e tutti i Team Leader per la gentile concessione di questo articolo.

10 agosto 2020