

Il Recapito Cambia, Cambiamo il Recapito

formazione PTL 2015/2016

**programma d'aula edizione pilota
1- 2 ottobre 2015 - Centro di Formazione Via Lenin**

29 settembre 2015



Struttura e programma

Il corso formativo, progettato con il supporto della Società BeOn, è articolato su **2 giornate** gestite in aula da 3 formatori esterni e prevede la partecipazione del responsabile dell'Area Logistica Centro in seconda giornata a chiusura corso.

| DURATA | ARGOMENTO | OBIETTIVO DIDATTICO | MODALITÀ DIDATTICA | NOTE |
|--|--|---|--|--|
| PRIMA GIORNATA – orario: dalle ore 10 alle ore 18 | | | | |
| 5' | Poste Italiane: il cambiamento Le implicazioni sul modello di servizio del recapito | Richiamare la cultura professionale della popolazione | Visione in plenaria di un filmato di impatto emotivo | Cos'è stata, cos'è e cosa sta diventando Poste Italiane |
| 15' | Introduzione al corso • Descrizione sintetica delle due giornate • Contestualizzazione dell'attività formativa nella realtà di PCL (Poste 2020 e piano d'azione di PCL) | Coinvolgere e responsabilizzare per una partecipazione attiva al corso | Presentazione animata e dinamica (plenaria) | Il servizio postale cambia ma le persone restano al centro |
| 70' | Lo scenario di riferimento: evoluzione dei servizi Analisi delle principali evoluzioni dettate dalle nuove pratiche di comunicazione, di commercio e digitalizzazione con impatto sui bisogni dei clienti. | Aumentare la consapevolezza rispetto alla richiesta di più flessibilità, ascolto ed integrazione di nuove tecnologie nel lavoro | Visione in plenaria di un filmato Presentazione dinamica e Esercitazione: World Cafè (plenaria) | La contestualizzazione si rifà direttamente al piano Poste 2020 ed ai profondi cambiamenti che l'azienda sta vivendo |
| 70' | Lo scenario di riferimento: evoluzione di Poste Italiane Principali cambiamenti dei clienti ed impatti sul contesto professionale (mestiere, squadra, azienda) | Evidenziare, in concreto, i cambiamenti necessari nel contesto professionale del PTL | Esercitazione: World Cafè (plenaria) | |
| 60' | Il mio ruolo in questo scenario Focus sul cambiamento del ruolo del PTL | Riflettere e riconoscere i principali cambiamenti del ruolo | Suddivisione in tre sottogruppi in aule diverse Esercitazione: SWOT con approccio Appreciative Inquiry – rientro in plenaria | Il PTL 'telematico' eroga ai clienti nuovi servizi oltre a quelli tradizionali |
| <i>pausa pranzo</i> | | | | |
| 150' | Il mio contributo in questo scenario : flessibilità e cooperazione Rappresentazione di un'evoluzione di ruolo futura e desiderabile, attraverso la narrazione e la condivisione di storie | Accrescere la fiducia in se stessi e negli eventi, valorizzando le nuove possibilità, del singolo e della collettività | Suddivisione in tre sottogruppi in aule diverse Esercitazione: Storytelling – rientro in plenaria | La centralità delle persone si esplicita attraverso la condivisione di storie, generate dalla creatività |



| DURATA | ARGOMENTO | OBIETTIVO DIDATTICO | MODALITÀ DIDATTICA | NOTE |
|--|---|---|---|--|
| SECONDA GIORNATA– orario: dalle ore 9 alle ore 17 | | | | |
| 15' | <u>Introduzione alla seconda giornata</u> | Spostare l'attenzione da sé al cliente, dall'interno all'esterno | Speech del docente (plenaria) | |
| 30' | <u>Narrazione e condivisione delle storie</u> | Condivisione delle storie frutto dell'attività del giorno precedente | Discussione in plenaria | |
| 85' | <u>La mia nuova identità: il servizio postale dei desideri – Fase 1</u> Individuazione di standard di eccellenza del servizio e acquisizione di strumenti per loro rappresentazione | Esplicitare e condividere le conoscenze dei partecipanti su qualità, bisogni e percezione dei Clienti | Esercitazione: i desideri dei clienti – prima fase in plenaria e successiva divisione in tre sottogruppi in aule diverse | Stimolando la ricerca di elementi di miglioramento, si individuano fattori connessi all'operatività e all'esperienza |
| 135' | <u>La mia nuova identità: il servizio postale dei desideri – Fase 2</u> Sceneggiatura e realizzazione di uno 'spot pubblicitario' che presenti i servizi prendendo spunto dagli standard individuati | Attingere alla creatività per presentare e valorizzare i prodotti offerti | Suddivisione in tre sottogruppi in aule diverse - Esercitazione: ideazione, produzione e realizzazione di uno spot pubblicitario – rientro in plenaria | Dimostrare e comunicare la qualità dei servizi da offrire attingendo all'esperienza professionale |
| <i>pausa pranzo</i> | | | | |
| 60' | <u>Il servizio postale nella realtà</u> Individuazione dell'impegno richiesto per mettere a frutto il cambiamento, richiesto e necessario | Individuare le azioni concrete per l'implementazione del nuovo modello di servizio | Esercitazione in tre sottogruppi in aule diverse | |
| 60' | <u>Dal desiderio all'azione</u> <ul style="list-style-type: none"> Visione degli spot prodotti e debriefing dell'esperienza complessiva delle due giornate Definizione dei prossimi passi | Rendere trasferibile l'apprendimento nel contesto lavorativo, attraverso la redazione della Carta degli impegni | Discussione in plenaria Carta degli impegni (plenaria) | Accanto ai docenti, il responsabile dell'Area Logistica Centro raccoglie, commenta e sintetizza i contenuti emersi |



Durante il corso è previsto l'utilizzo di **metodologie innovative ed interattive**.

WORLD CAFÈ

Presuppone che il contributo dei partecipanti ad una discussione sia **massimizzato dall'informalità del dialogo, dalla dinamica dell'azione e dalla libertà dell'espressione**. La tecnica si basa sulla realizzazione di una cosiddetta **'discussione incrementale e circolare'**, che si arricchisce e si completa via via che **i partecipanti 'ruotano', ad intervalli regolari, da un tavolo di discussione tematica al successivo**, aggiungendo ed **integrando i contributi forniti in precedenza** da altri partecipanti.



APPRECIATIVE INQUIRY

È un **approccio al cambiamento** che, a differenza di quelli tradizionali, si basa sulla **valorizzazione del positivo**: i problemi vengono considerati nel quadro più ampio delle cose che funzionano e delle prospettive di crescita che ci danno.



STORYTELLING

È una metodologia che usa la **narrazione** come mezzo generato dalla mente per inquadrare gli eventi della realtà e spiegarli secondo attraverso la scrittura collettiva, utilizzando la struttura classica del racconto di fantasia.

