LegnanoNews
Le news di Legnano e dell'Alto Milanese

Nicola Laurenza: “Per Oro in Euro la formazione è un gioco”

Marco Giovannelli · Monday, December 20th, 2021

«**Il futuro per noi passa dalla Academy**. – A raccontare i propri progetti per i prossimi mesi è **Nicola Laurenza**, fondatore di **Oro in Euro**, realtà specializzata nella compravendita di oro e preziosi, partita dalla provincia di Varese nel 2001. – Alla fine dell’anno è necessario tracciare un bilancio a tutto tondo della propria attività, ma sono fortemente convinto che, soprattutto in questo periodo, non sia tanto importante guardare indietro, quanto al futuro. Non si tratta di immaginare buoni propositi, tra un brindisi e una lenticchia, ma di essere consapevoli che è importante portare avanti con tenacia le idee che ci caratterizzano e, insieme, compiere nuovi passi».

Ma questo come si concretizza per un’impresa complessa come Oro in Euro, che oggi conta quasi 60 negozi su tutto il territorio nazionale e non solo?

«Nel nostro 2022, vedo tanto spazio per un tema che dovrebbe essere centrale per tutte le aziende ma anche per tutte le persone: la formazione. Personalmente, la considero la prima leva per lo sviluppo di un’impresa ma anche uno strumento che, permettendo di far crescere talenti e competenze dei singoli, li rende più consapevoli, soddisfatti e, oserei dire, felici del proprio ruolo professionale e, quindi, in generale. In Oro in Euro, durante la pandemia, ci siamo resi conto però che occorreva cambiare le modalità per proporre i percorsi. E’ facile intuire come in un mestiere come il nostro, in cui conta conoscere il mercato, ma anche relazionarsi con i clienti, la formazione sia fondamentale. Ma le vecchie modalità, frontali, in aula, monodirezionali e, spesso, un po’ noiose, non ci soddisfacevano completamente e non ci sembravano più attuali. Non tanto per la questione del lockdown e del distanziamento, che comunque ci ha fatto accelerare un processo già in atto, quanto perché ci sembrava necessario in un momento già complesso, tornare a emozionare le persone e motivarle».

E come?

«La nostra idea è stata quella di puntare su un aspetto che piace, interessa, affascina tutti, ad ogni età: il gioco. Ed è quindi attraverso la piattaforma di gaming Skillato, usata da grandi brand, come Ducati o Autogrill, che abbiamo sviluppato la nostra personale attività formativa su misura. Il concetto è completamente nuovo rispetto alla formazione classica: non si tratta più di imparare ma di imparare divertendosi o, forse, semplicemente di divertirsi, il modo migliore non solo per imparare ma per ricordare qualcosa con piacere. Abbiamo quindi studiato una vera e propria Oro in Euro Academy progettata per micro percorsi di e-learning pensata appositamente per il nostro team».

Curioso… Nicola Laurenza, come si impara un lavoro per gioco?

«In pratica eroghiamo delle ore di formazione ai nostri dipendenti, divise tra obbligatoria e a scelta, tramite un sistema di gaming fruibile via pc o via smartphone per moduli tematici. L'obiettivo è aiutare le persone ad acquisire alcune competenze generali e alcune soft skills irrinunciabili, come l'approccio con il cliente. Il tutto partendo dalle esigenze reali del nostro personale: la prima fase del progetto è stata chiedere ai dipendenti quali fossero le necessità reali, i desideri, le carenze da colmare. Non volevamo che vestissero un abito che non fosse sulla loro misura. Quello che ci interessa sempre è raggiungere un obiettivo utile a tutti, concreto e contestualizzato. Quindi abbiamo deciso di proporre un percorso formativo, che fosse una vera e propria partita e che li coinvolgesse ed entusiasmasse. Da un punto di vista pratico il nostro personale si forma attraverso un sistema di giochi e simulazioni che permettono di acquisire delle competenze generali o specifiche. Un percorso che possono strutturare in base ai proprio desideri e gusti, con alcuni punti fermi comuni a tutti».

Nicola Laurenza fuori da uno dei negozi di Oro in euro

E quali sono i risultati?

«I numeri sono molto positivi. Nel mese di novembre 2021 gli utenti attivi sono stati 106. Tante le ore di formazione erogate (da giugno sono oltre 28.200, con un picco di attività nel mese di luglio, per tutto il personale dipendente, in sede centrale e nei negozi): sono numeri che ci danno l'idea della bontà del lavoro. Ma il dato fondamentale, quello che ricaviamo dal confronto diretto, è che l'iniziativa piace. La formazione, infatti, è pensata naturalmente per gli orari di lavoro, secondo delle regole condivise in linea con la normativa, ma sappiamo benissimo che il gioco fuoriesce da questi schemi, perché il sistema affascina particolarmente tutti. Parliamo infatti di temi che variano dagli aspetti fondamentali per chi fa questo lavoro, come la contabilità e la capacità di rispondere ad una critica, a temi molto attuali, come ad esempio la armocromia, fino a quelli tecnici

specialistici, da come si sceglie una pietra preziosa a come definire la qualità di un diamante, alla conoscenza di gioielli e orologi, anche grazie ai contenuti web realizzati dai grandi brand di settore. Il vantaggio di questa tipologia di apprendimento è la creatività. Si sposa perfettamente con il nostro stile: ci piace trovare strade sempre nuove. E, infatti, anche per la formazione abbiamo molte idee nel cassetto per il 2022 e siamo certi che piaceranno al nostro personale e ai nostri clienti».

This entry was posted on Monday, December 20th, 2021 at 3:15 pm and is filed under Economia, Lombardia
You can follow any responses to this entry through the Comments (RSS) feed. You can leave a response, or trackback from your own site.