

«Aggiornamento continuo per i formatori»

Una formazione umanistica abbinata alla propensione per la comunicazione e le relazioni interpersonali. E poi, esperienza sul campo per affinare le competenze nel campo dell'insegnamento. Infine, un'attenzione all'evoluzione del mercato e la volontà di aggiornarsi continuamente. È il mix suggerito da Pietro Tomassini, responsabile formazione di Fmr Art'È (gruppo editoriale bolognese) per fare strada nel mondo della formazione.

Come è collocato il formatore all'interno del contesto aziendale?

È una figura trasversale tra le varie divisioni. Il suo ruolo principale consiste nel fare da collante tra le aspirazioni di crescita delle risorse umane e gli obiettivi di business.

Come si diventa formatori?

Di solito i formatori arrivano da percorsi umanistici o psico-sociali. Si tratta, infatti, di classi di laurea che allenano al ragionamento, all'analisi dei problemi e alla ricerca delle soluzioni. Fondamentale è però l'esperienza sul campo.

Quanto lavoro è in aula e quanto dietro le quinte?

Il lavoro di preparazione è fondamentale. Qualsiasi programma di formazione deve essere preceduto da un'analisi dei bisogni dell'azienda nel suo complesso e delle singole risorse nello specifico, quindi dalla redazione di un report che faccia poi da base alla somministrazione dei corsi. In questa fase sono necessarie capacità di osservazione, analisi dei bisogni formativi e ascolto per individuare le esigenze emergenti.

E le doti necessarie per trasferire le conoscenze ai dipendenti-allievi?

L'attività di formazione si



Pietro Tomassini

«Specializzarsi per combattere una concorrenza sempre più serrata»

muove lungo due binari paralleli, teoria e pratica. Se nella parte d'aula sono necessarie doti di comunicazione e capacità di adattamento alle caratteristiche personali delle persone in formazione, in quella pratica è fondamentale una conoscenza dei processi operativi della singola azienda.

Indipendentemente dalle mansioni, è fondamentale l'aggiornamento. Un programma didattico efficace non può mai prescindere dalle tendenze emergenti nel mercato.

Al di fuori dell'azienda quali sono gli sbocchi?

Esistono formatori che operano all'interno di società di consulenza o come liberi professionisti. In questo caso il consiglio è di specializzarsi in un settore merceologico o in tecniche particolari per cercare di emergere all'interno di una concorrenza sempre più serrata.