



POR FSE 2014 -2020
REGIONE DEL VENETO



RELAZIONE ATTIVITA' DI MONITORAGGIO VALUTAZIONE INTERVENTI E COMPETENZE

Valutazione ex ante – 29/11/2017

Valutazione in itinere - 24/05/2018

Valutazione finale – 09/07/2018

Personale incaricato alle attività di Monitoraggio del progetto:

Andrea Perinelli – Responsabile monitoraggio e Coordinatore di progetto

Laura Ambrosi – Addetta al monitoraggio

RELAZIONE - ATTIVITA' DI MONITORAGGIO VALUTAZIONE INTERVENTI E COMPETENZE

Piano Formativo dal titolo "AGORA" – IL POTENZIAMENTO DELLA COMUNICAZIONE ONLINE" Cod. Prog. 6349-1-687-2017 - CUP H44G17000080009
Approvato e finanziato dalla Regione Veneto nell'ambito della DGR 687 del 16/05/2017



POR FSE 2014 -2020
REGIONE DEL VENETO



Analisi del contesto

L'analisi del contesto include incontri preliminari tra referenti aziendali, progettista, tutor, docenti e coordinatore per l'esame della struttura validata del progetto, rilevare e analizzare i fabbisogni formativi, individuare obiettivi, metodologie e contenuti formativi pianificando operativamente il calendario degli interventi.

Gli elementi raccolti hanno consentito di individuare la struttura operativa del progetto nonché le modalità di valutazione delle competenze, del soddisfacimento dei fabbisogni formativi rilevati e del grado di gradimento delle iniziative realizzate.

Strumenti

In un'ottica qualitativa si è scelto di adottare come strumento di rilevazione dei fabbisogni e condivisione delle tipologie di intervento la realizzazione di focus group con i titolari dell'azienda beneficiaria orientati a rilevare le aspettative, le motivazioni degli attori coinvolti e le disponibilità a calendario abbozzate in fase di predisposizione del progetto.

Procedura e metodologia

Le informazioni sono state raccolte dal progettista e sistematizzate nella scheda progetto predisposta dalla Regione e condivisa con gli attori coinvolti nella fase di progettazione per ricavare un feedback utile al ri-orientamento delle azioni e la predisposizione finale del progetto.

Sono previsti due incontri operativi di condivisione della progettazione.

L'intero processo è stato guidato/supervisionato dal Coordinatore di progetto/Responsabile monitoraggio e attuato operativamente dal Progettista.

VALUTAZIONE EX-ANTE

Durante il primo focus group (30/06/2017) sono stati analizzati i fabbisogni formativi dell'azienda ed identificati le finalità e gli obiettivi del progetto:

- Obiettivo generale

L'iniziativa sarà presentata nell'ambito tematico 4. "Marketing e Comunicazione" poiché mira a rendere le risorse umane coinvolte nel progetto protagoniste attive nella valorizzazione del brand e dei prodotti di A.R. Costruzioni Meccaniche Srl attraverso la realizzazione di campagne pubblicitarie e promozionali online (finalità punto 4. DGR 687/2017). Con questo progetto l'azienda intende dare continuità alle azioni di marketing già intraprese con l'obiettivo di sviluppare il proprio business e di dare slancio al processo di innovazione creando un ambiente culturale favorevole al cambiamento, allo sviluppo della conoscenza per il miglioramento della comunicazione sia verso l'esterno nella gestione dei rapporti con la clientela che verso l'interno nella gestione quotidiana dell'operatività.

RELAZIONE - ATTIVITA' DI MONITORAGGIO VALUTAZIONE INTERVENTI E COMPETENZE

Piano Formativo dal titolo "AGORA" - IL POTENZIAMENTO DELLA COMUNICAZIONE ONLINE" Cod. Prog. 6349-1-687-2017 - CUP H44G17000080009
Approvato e finanziato dalla Regione Veneto nell'ambito della DGR 687 del 16/05/2017



- Obiettivi formativi specifici

Pianificare, gestire e attuare nuove strategie di marketing integrate su web, social e mobile per favorire e rendere più incisiva la presenza di A.R. Costruzioni Meccaniche online.

Realizzare una campagna pubblicitaria e promozionale online per il consolidamento dei clienti acquisiti e per la ricerca di potenziali, con la prospettiva futura di ampliare il proprio mercato anche all'estero.

Il risultato atteso in termini di impatto organizzativo saranno l'aumento delle conoscenze e delle competenze del personale interno di A.R. Costruzioni Meccaniche sulle possibilità di marketing mediante i canali online, competenze necessarie per dare un nuovo slancio al business aziendale attuando una nuova modalità di proposta/offerta attraverso il web.

Gli output del progetto quindi saranno orientati al potenziamento della comunicazione, anche verso l'interno, per la creazione di una campagna di comunicazione online (output c. DGR 687/2017) e l'ottimizzazione dell'offerta al cliente, anche attraverso un miglioramento dell'analisi comparative dei competitors di settore (output f. DGR 687/2017).

Dall'esame della documentazione di progettazione approvata e dagli incontri preliminari con i tutor e gli esperti, risulta che l'impianto progettuale dei percorsi formativi è ben articolato e coerente nella definizione delle fasi iniziali, intermedie e finali di lavoro e coerente all'obiettivo dell'Azione (29/11/2017).

I percorsi programmati sono i seguenti:

- Intervento 1 "IL BRAND E GLI STRUMENTI DI AR COSTRUZIONI"
- Intervento 2 "STRATEGIE DEL WEB CON IL SUPPORTO DIGITALE"
- Intervento 3 "ANALISI DEI COMPETITORS E AZIONI DI MIGLIORAMENTO NELLA PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA"
- Intervento 4 "LA CREAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI MARKETING EFFICACE"
- Intervento 5 "STRUTTURARE UN PIANO DI MARKETING"

In linea generale la metodologia sarà caratterizzata da approcci laboratoriali e sessioni di SCRUM, attività a carattere collaborativo e centrate sul *learning by doing*.

I contenuti dei percorsi si caratterizzeranno come segue:

- IL BRAND E GLI STRUMENTI DI AR COSTRUZIONI - Caratteristiche delle pagine Web, di una Home Page, struttura di una *brand identity*, tecniche di navigazione online, concetto di Marketing Antropologico, tecniche di netnologia;
- STRATEGIE DEL WEB CON IL SUPPORTO DIGITALE - Caratteristiche di Google Analytics, tecniche di monitoraggio delle visite al sito web, caratteristiche dei "visitatori", caratteristiche di Google Keyword Planner, concetto di *keywords*, caratteristiche delle famiglie di *keywords*, metodi e tecniche di utilizzo delle *keywords*, concetto di FAQ – risposte efficaci a quesiti di carattere informativo;



- ANALISI DEI COMPETITORS E AZIONI DI MIGLIORAMENTO NELLA PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA - Caratteristiche grafiche/contenutistiche dei siti e dei cataloghi dei competitors, contenuti ottimizzati per il web, concetto di Link Building, tecniche per ottenere backlink di valore, concetto di SEO, caratteristiche di SeoZoom e di SEMrush, tecniche di miglioramento di ranking, metodi di individuazione dei cambi di algoritmo di Google, tecniche di rilevazione competitors di settore, strategie di posizionamento naturale del sito;
- LA CREAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI MARKETING EFFICACE - Caratteristiche di Answer the Public, diversi stili e registri di scrittura per il web, integrazione particelle grammaticali con le keywords, tecniche di individuazione degli "intenti di ricerca", caratteristiche di Google AdWords, struttura di un annuncio testuale, gruppi di annuncio, caratteristiche di una campagna di email marketing, I-Newsletter, comunicazione massiva e scouting, tecniche di segmentazione dei database anagrafici, tecniche di composizione di una newsletter e profilazione dei contatti;
- STRUTTURARE UN PIANO DI MARKETING - Struttura di un piano di marketing, caratteristiche del set di obiettivi aziendali, concetto di marketing mix, concetto di Sistema Prodotto e variabili esterne, metodi di definizione dei segmenti target e del posizionamento dell'offerta.

Le competenze in uscita previste sono:

- Essere in grado di utilizzare al meglio gli strumenti online di A.R. Costruzioni Meccaniche;
- Utilizzare Google Analytics, Google Keyword Planner ed elaborare FAQ individuando risposte efficaci a quesiti di carattere informativo;
- Confrontare le presentazioni di prodotti e servizi di competitors di settore e garantire il miglior posizionamento del proprio sito web sui motori di ricerca;
- Produrre contenuti "di valore" sui propri canali web, creare annunci efficaci e creare newsletter che interessino l'utente e generino feedback (visite al sito o risposte mail);
- Strutturare un piano di marketing integrato tra web, social e mobile.

Tra i punti di forza della progettazione ex ante possiamo annoverare:

- la correlazione dei contenuti e degli obiettivi formativi dei percorsi con le priorità definite dalla Regione;
- la pianificazione propedeutica all'avvio delle attività, attraverso momenti di confronto e di condivisione tra gli attori coinvolti, riguardo:
 - a) gli aspetti formativi da perseguire,
 - b) la definizione della tipologia di attività da svolgere,
 - c) gli aspetti organizzativi e gestionali dei percorsi;
- la disponibilità del docente alla gestione partecipativa del gruppo di allievi affinché possano proporre attività e contenuti agganciati alla realtà aziendale offrendo ai destinatari un'esperienza formativa significativa on the job;

Non risultano punti di debolezza significativi in questa fase del progetto.



VALUTAZIONE IN ITINERE

Dall'esame delle impressioni raccolte in aula dai tutor e dagli esperti, unitamente ai primi esiti dei questionari di gradimento raccolti e dei risultati degli apprendimenti risulta che l'impianto progettuale dei percorsi formativi è ben articolato e coerente.

I percorsi realizzati sono i seguenti:

- Intervento 1 "IL BRAND E GLI STRUMENTI DI AR COSTRUZIONI"
- Intervento 2 "STRATEGIE DEL WEB CON IL SUPPORTO DIGITALE"
- Intervento 3 "ANALISI DEI COMPETITORS E AZIONI DI MIGLIORAMENTO NELLA PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA"
- Avviamento Intervento 5 "STRUTTURARE UN PIANO DI MARKETING"

In linea generale la metodologia caratterizzata da approcci laboratoriali e sessioni di SCRUM, attività a carattere collaborativo e centrate sul *learning by doing* sono risultati efficaci alla creazione di un buon clima d'aula e al coinvolgimento dei partecipanti che riportano buoni risultati di apprezzamento del progetto nel quale sono coinvolti in qualità di destinatari.

La programmazione esecutiva degli interventi, gli strumenti di gestione delle attività, le modalità di archiviazione delle informazioni e le azioni amministrativo-contabili risultano efficaci.

La valutazione delle competenze acquisite dai partecipanti redatta dal docente sulla base dei risultati dei questionari di verifica e tenendo in considerazione l'atteggiamento e i risultati delle esercitazioni di gruppo e del lavoro di approfondimento/partecipazione dimostrato dagli allievi nel corso degli interventi formativi, attestano ad un livello tra ottimo e buono.

Tra i punti di forza della progettazione ex ante possiamo annoverare:

- la correlazione dei contenuti e degli obiettivi formativi dei percorsi con le esigenze/fabbisogni dei partecipanti;
- la scelta di metodologie di realizzazione delle attività formative di tipo innovative e partecipative, con momenti di confronto e di condivisione tra i partecipanti, il docente e i tutor in riferimento a:
 - a) gli aspetti formativi da perseguire,
 - b) il riporto in gruppo delle criticità incontrate nel mettere a punto conoscenze/competenze nelle attività quotidiane,
 - c) gli aspetti organizzativi delle lezioni;
- la disponibilità del docente e del gruppo di lavoro di proporre attività e contenuti agganciati alla realtà aziendale offrendo ai destinatari un'esperienza formativa significativa on the job;



POR FSE 2014 -2020
REGIONE DEL VENETO



Non risultano punti di debolezza significativi in questa fase del progetto.



VALUTAZIONE FINALE

Dall'esame delle impressioni raccolte in aula dai tutor e dagli esperti, unitamente agli esiti dei questionari di gradimento raccolti e dei risultati degli apprendimenti risulta che l'impianto progettuale dei percorsi formativi è ben articolato e coerente.

I percorsi formativi progettati sono stati integralmente realizzati:

- Intervento 1 "IL BRAND E GLI STRUMENTI DI AR COSTRUZIONI"
- Intervento 2 "STRATEGIE DEL WEB CON IL SUPPORTO DIGITALE"
- Intervento 3 "ANALISI DEI COMPETITORS E AZIONI DI MIGLIORAMENTO NELLA PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA"
- Intervento 5 "STRUTTURARE UN PIANO DI MARKETING"

In linea generale la metodologia caratterizzata da approcci laboratoriali e sessioni di SCRUM, attività a carattere collaborativo e centrate sul *learning by doing* sono risultati efficaci alla creazione di un buon clima d'aula e al coinvolgimento dei partecipanti che riportano buoni risultati di apprezzamento, come già registrato nella valutazione in itinere.

La programmazione esecutiva degli interventi, gli strumenti di gestione delle attività, le modalità di archiviazione delle informazioni e le azioni amministrativo-contabili sono risultate efficaci.

La **valutazione delle competenze** acquisite dai partecipanti redatta dal docente sulla base dei risultati dei questionari di verifica e tenendo in considerazione l'atteggiamento e i risultati delle esercitazioni di gruppo e del lavoro di approfondimento/partecipazione dimostrato dagli allievi nel corso degli interventi formativi, è molto positiva con risultati che si attestano tra ottimo e buono.

Nel corso dell'ultimo intervento un partecipante, a cui è stato allargata la possibilità di partecipazione all'intervento anche se non prevista in fase di progettazione (avvio autorizzato dalla Regione), non ha sostenuto la prova di valutazione finale in quanto assente. Non essendo stato possibile certificare la valutazione delle conoscenze con test finale, non è stato rilasciato attestato di frequenza e pertanto non risulta un allievo rendicontabile, come previsto dalla normativa.

A seguito dei colloqui informali con i partecipanti e l'analisi dei **questionari di gradimento**, il progetto ha avuto un riscontro positivo sia in termini di competenze acquisite che di coinvolgimento dei partecipanti alle attività formative ed esercitazioni.

In termini di valutazione dei contenuti proposti il giudizio è stato più che buono, alcuni partecipanti hanno evidenziato la non centralità del focus del progetto rispetto alle tradizionali competenze necessarie per lo svolgimento delle proprie funzioni in azienda ma al contempo è stato rilevato un buon interesse



POR FSE 2014 -2020
REGIONE DEL VENETO



all'approfondimento degli argomenti trattati durante le lezioni e un aumento della cultura aziendale propensa al cambiamento.

È stata confermata la professionalità del team di progetto sia in termini di competenza e capacità di coinvolgimento del docente nelle attività formative, che di collaborazione da parte delle figure di supporto alla didattica e di back-office.

Sia il docente che i responsabili aziendali hanno evidenziato come sia stato importante partecipare al progetto non solo per creare nuove competenze nel personale, ma anche per rendere protagonisti della nuova cultura di innovazione e predisposizione al cambiamento in azienda anche negli addetti alla produzione, nel prestare attenzione non solo all'innovazione tecnologica ma anche alla gestione moderna della comunicazione interna ed esterna dell'azienda (elaborazione ordini, promozione brand e prodotti).

Apprezzamento è stato rilevato per i risultati concreti delle attività di web marketing avviate durante il progetto, le campagne realizzate durante gli interventi hanno portato un miglioramento tangibile della comunicazione in azienda (ottimizzazione offerta e tempi di risposta alle esigenze del cliente) e nella pubblicizzazione online del brand/lavorazioni dell'azienda.

Concludendo è possibile rilevare la positiva conclusione del progetto che ha **raggiunto gli obiettivi** prefissati:

- nell'ambito del progetto sono state realizzate concretamente delle campagne di promozione dei prodotti e del brand aziendale su Facebook, creati annunci pubblicitari su Google AdWords che sono poi stati analizzati in termini di aumento del traffico web e visite al sito, della provenienza delle richieste di preventivi ed apertura commesse a partire dalle visite online.
- dall'analisi delle statistiche web è emerso un potenziamento concreto della visibilità online del brand e delle lavorazioni di AR (in particolar modo fresatura e tornitura), l'apprezzamento per la nuova brochure e dei contenuti online di presentazione dell'azienda rilevando il successo complessivo delle azioni di web marketing intraprese.
- per condividere con il territorio informazioni relative alle opportunità e ai benefici di azioni di formazione continua del capitale umano, nonché stimolare rapporti di collaborazione e di confronto tra aziende sui temi strategici e le opportunità offerte dalla Regione Veneto per la competitività e l'innovazione delle imprese venete che stanno investendo sull'acquisizione di strumenti in grado di rafforzare la loro presenza e solidità sui mercati e l'innovazione tecnologica, AP Consulting ha utilizzato i materiali di presentazione e pubblicizzazione del progetto come esempio di investimento e buona pratica da proporre alle aziende clienti (circa 150) nell'ambito di incontri presso la propria sede e pubblicizzati on line tramite il proprio sito aziendale nell'Area Contributi.

RELAZIONE - ATTIVITA' DI MONITORAGGIO VALUTAZIONE INTERVENTI E COMPETENZE

Piano Formativo dal titolo "AGORA" - IL POTENZIAMENTO DELLA COMUNICAZIONE ONLINE" Cod. Prog. 6349-1-687-2017 - CUP H44G17000080009
Approvato e finanziato dalla Regione Veneto nell'ambito della DGR 687 del 16/05/2017



POR FSE 2014 -2020
REGIONE DEL VENETO



Tra i **punti di forza** della progettazione e realizzazione del progetto possiamo annoverare:

- la correlazione dei contenuti e degli obiettivi formativi dei percorsi con le esigenze/fabbisogni dei partecipanti;
- la scelta di metodologie di realizzazione delle attività formative di tipo innovative e partecipative, con momenti di confronto e di condivisione tra i partecipanti, il docente e i tutor;
- la disponibilità del docente e del gruppo di lavoro di proporre attività e contenuti agganciati alla realtà aziendale offrendo ai destinatari un'esperienza formativa significativa on the job;
- la realizzazione di materiale di divulgazione video rilanciata su canale Youtube e sui siti dei partner coinvolti che garantirà una maggiore pubblicizzazione delle attività di progetto realizzate e della sovvenzione della Regione Veneto;
- la produzione di output concreti quali il rilancio di campagne web e risultati positivi delle analisi statistiche delle visite al sito aziendale di AR Costruzioni.