

# Esselunga: i pionieri dell'autoformazione nella GDO

[Intervista a Barbara Abate  
Head of Training and Development]



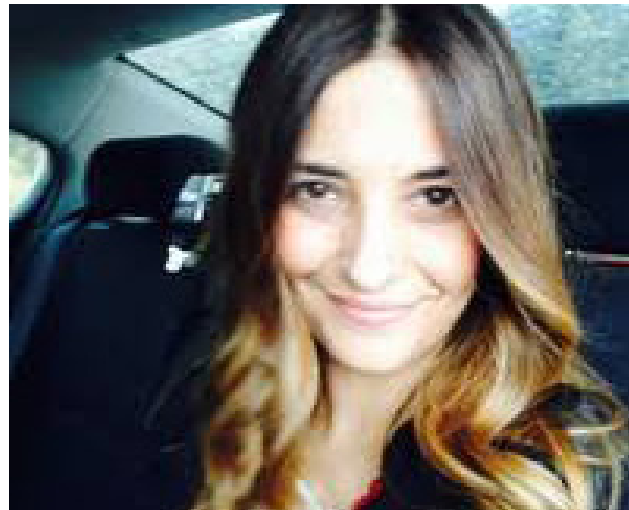
**A** CERNUSCO SUL NAVIGLIO, TRA LA fermata della metro e il viadotto che porta alla tangenziale est di Milano, c'è un edificio imponente che a prima vista potrebbe sembrare la sede principale di una grande azienda. Invece è l'Esselunga Learning Center, il quartier generale della formazione dei dipendenti Esselunga. L'imponenza di questo palazzo basterebbe da sola a simboleggiare l'importanza strategica rivestita dalla crescita continua dei propri collaboratori per

l'azienda leader della grande distribuzione italiana, ma in realtà c'è molto di più. 21.000 persone che hanno frequentato almeno un corso nell'ultimo anno, per un totale di 72.000 presenze complessive, a fronte 400.000 ore di corsi tenuti ogni anno. "Più la conosci, più ti innamori", recita l'ultima campagna pubblicitaria lanciata dall'insegna nell'autunno del 2019, e si intuisce facilmente come la costruzione di un love brand passi attraverso la cura delle persone, che vengono formate sui prodotti e sui processi per dare vita ad esso, ogni singolo giorno.

♥ Il Learning Center, stimolato dalle sempre nuove necessità di business e dalle sfide del mercato esterno, vuole però arricchire ulteriormente le competenze delle proprie persone usando un metodo nuovo, che sia veloce e sempre attuale e specifico, valorizzi la diversità dei ruoli e consenta una messa a terra agile, senza dipendere dall'organizzazione di aule ad hoc. Come spiega Barbara Abate, Head of Training and Development di Esselunga, **“Abbiamo a cuore la crescita professionale continua dei nostri collaboratori, perché siamo convinti che il nostro successo dipenda da loro: se noi ci prenderemo cura di loro, allora loro potranno prendersi cura dei nostri clienti.** Il nostro personale è avido di formazione e noi abbiamo il dovere di dotarli di strumenti nuovi, che come una bussola permettano loro di orientarsi e costruire la propria strada all'interno di infinite combinazioni possibili”. In Esselunga, oggi più che mai, formazione fa rima con innovazione.

**“La nostra idea era portare tutti i contenuti didattici gratuiti esistenti sul web in un posto solo rendendoli fruibili in autonomia ai collaboratori dell'azienda.”**

♥ È la fine del 2018 quando una strategia didattica nuova inizia a prendere corpo negli uffici del Learning Center. Se le necessità formative delle persone diventano sempre più specifiche, verticali e mutevoli, allora è indispensabile che siano loro ad occupare il sedile del conducente, assumendosi la responsabilità di indicare la via, con il supporto costante della squadra di Barbara. La questione è delicata, la sfida consiste **nel responsabilizzare i collaboratori dando loro al contempo gli strumenti per avere successo in questa transizione, senza mai abbandonarli a se stessi.** Se l'individuo diventa responsabile di cosa imparare quando, urge il sostegno dell'azienda nel come farlo. È a questo punto della storia che la strada di Esselunga incrocia quella di OfCourseMe. **“La nostra idea era portare tutti i contenuti didattici gratuiti esistenti sul web in un posto solo – racconta Barbara Abate – rendendoli fruibili in autonomia ai collaboratori dell'azienda, all'interno di uno spazio libero eppure caldo e personalizzato, perché dotato di funzionalità che facilitano la ricerca e la condivisione dei contenuti coi colleghi.** La soluzione offerta da OfCourseMe



Barbara Abate, Head of Training and Development di Esselunga

funzionava esattamente in questo modo, quindi fu naturale lanciare insieme il progetto My Learning Plus”. Anche nella formazione, Esselunga si conferma leader e grande innovatore.

♥ Nella primavera del 2019 Esselunga ed OfCourseMe cominciano a definire insieme il perimetro del progetto. Nasce una piattaforma web personalizzata per Esselunga, che racchiude una scelta di autori e argomenti tra i contenuti indicizzati da OfCourseMe, per un totale di quasi 80mila titoli in italiano e inglese. La piattaforma è collegata in Single Sign On all'LMS di Esselunga: **i dipendenti accederanno direttamente dalla intranet aziendale ad un ambiente a marchio Esselunga, senza soluzione di continuità ma con una esperienza utente quanto più possibile moderna e dinamica.** Ma non basta. Per corredare le funzionalità del motore di ricerca e facilitare il primo approccio dei collaboratori allo strumento, il team di OfCourseMe e quello di Esselunga affrontano un lungo e minuzioso lavoro congiunto di cura editoriale, che li porta ad elaborare collezioni di contenuti dedicate a Esselunga, veri e propri percorsi tematici che attraversano YouTube, Coursera, edX, Futurelearn, Federica e tanti altri. **La home page di My Learning Plus si popola così di contenuti specifici per le competenze trasversali a cui Esselunga tiene di più: pensiero critico, orientamento al servizio, propensione all'innovazione e molti altri.** Dopo soli 3 mesi di lavoro, nel giugno del 2019, My Learning Plus viene lanciato ufficialmente per una fase di test che coinvolge ben 2.400 collaboratori di Esselunga. Il futuro è iniziato.

## 8 mesi dopo il lancio

40%

Tasso di  
adozione

7 min

Durata media  
sessione

4

Ore di formazione  
per dipendente



📌 Nel mondo dell'innovazione tecnologica in ambito HR ci si lamenta del fatto che i prodotti innovativi vengono spesso lanciati senza che poi vi siano adeguate misurazioni e metriche quantitative che ne decretino il successo o il fallimento. Anche in questo, OfCourseMe ed Esselunga sono diversi. **“Noi utilizziamo ogni giorno la piattaforma di analytics messa a disposizione da OfCourseMe – spiega la Abate – per monitorare quante persone accedono alla piattaforma, quali e quanti contenuti fruiscono, ma anche capire quali argomenti, produttori o formati gradiscono di più: questo ci aiuterà nella definizione della strategia formativa dei prossimi anni, perché fatta salva la necessità di insistere maggiormente su alcune tematiche, vogliamo spingere di più le tipologie di contenuti che si rivelano più efficaci”. E i risultati, a un trimestre dal lancio, sono estremamente chiari. In media, ogni settimana 288 (Figura 1) persone utilizzano la piattaforma per cercare, condividere o fruire contenuti: oltre il 10% della popolazione coinvolta.** “Era importante per noi definire chiaramente le aspettative – racconta la Abate. In un contesto soggetto ad elevata pressione come quello di Esselunga, a noi sarebbe bastato raggiungere

una quota marginale di collaboratori, far sapere che ci siamo e cominciare a proporre My Learning Plus come un punto di riferimento: andare in doppia cifra è stata quindi una sorpresa in positivo, per non parlare dei picchi oltre il 30% nei giorni immediatamente successivi al video di lancio”. C'è però un dato se possibile ancora più sorprendente. **La durata media di una sessione è di 6m30s, un numero ampiamente sopra la media dei servizi web, ancora più impressionante se si pensa che i contenuti vengono poi consumati in un'altra finestra del browser, e dunque l'engagement effettivo è ancora superiore.** “I numeri potrebbero sembrare aridi a qualcuno, ma non ci sono solo quelli, svela Barbara. I feedback qualitativi che stiamo ricevendo dal personale Esselunga sono entusiasti e unanimi, e questo forse è l'aspetto che ci dà più energia e soddisfazione, perché ci fa capire che la strada è quella giusta”. Il tempo ci dirà se l'autoformazione in azienda e l'apprendimento continuo attraverso servizi innovativi come quello offerto da OfCourseMe diventeranno davvero il “new normal”: quando accadrà, Esselunga sarà sicuramente ricordata come un precursore.



Vuoi saperne di più? Parla con noi!  
Visita il nostro sito a: [www.ofcourse.me](http://www.ofcourse.me)  
oppure scrivici a: [info@ofcourse.me](mailto:info@ofcourse.me)