

Il Gruppo Ebano lancia la business unit per la formazione a distanza delle aziende

Permettere alle aziende di formare i dipendenti, la rete commerciale e anche i clienti grazie alla Fad (Formazione a Distanza). Questa la mission della nuova business unit BtoB lanciata dal Gruppo Ebano, la realtà imprenditoriale fondata e guidata dal presidente della Piccola Industria di Confindustria **Carlo Robiglio**.

A dirigere la Business Unit sarà **Eleonora Fratesi**, che entra anche a far parte del Cda di Cef Publishing.

La business unit nasce dall'esperienza maturata dalle società del Gruppo Ebano, che operano in settori complementari tra loro: dall'editoria al marketing, dall'e-commerce alla formazione a distanza. Ed è la formazione a distanza uno dei punti di forza, grazie alla controllata Cef Publishing, leader di mercato nella realizzazione e nell'erogazione di corsi professionali per il mercato consumer, con più di 46 mila iscritti negli ultimi undici anni.

Il Gruppo Ebano, con 9 società controllate, 15 partnership produttive, più di 250 dipendenti e collaboratori, ha visto lievitare in sei anni i ricavi complessivi dell'800% e a maggio del 2019 ha ricevuto a Milano, nella sede di Borsa Italiana, il Premio "Deloitte Best Managed Companies" (BMC), il riconoscimento rivolto alle aziende che si sono distinte per strategia, competenze, impegno verso le persone e performance. Il Gruppo Ebano, tramite Cef Publishing, è anche certificata dal programma Elite di Borsa Italiana per i requisiti di affidabilità e trasparenza richiesti dai

principali investitori istituzionali.

“Il Gruppo Ebanò -spiega Carlo Robiglio- unisce all’esperienza Fad la gestione di processi complessi, dalla lead generation, pre-Sales, al Crm e all’approccio al cliente. Processi finalizzati alla vendita, all’assistenza, durante tutto l’iter degli studi, alla gestione degli aspetti amministrativi, al recupero crediti e al customer care.

L’iniziativa nasce dalla constatazione e dalla acquisita consapevolezza che la formazione per le aziende non è più un tema inerente solo le risorse umane interne all’impresa, ma un elemento di vantaggio competitivo fortemente collegato anche agli ambiti marketing e commerciali. Ha inoltre ricadute su tutti gli stakeholders dell’azienda, siano essi dipendenti, collaboratori, clienti, fornitori, distributori, dettaglianti, manager, fino all’imprenditore stesso.

Sempre più importante, rispetto all’elemento formativo tout court, è l’elemento marketing: un prodotto, un bene, un servizio si valorizzano descrivendone le caratteristiche al mercato potenziale, o al singolo cliente, nonché spiegandone le modalità di manutenzione e conservazione.

In tal senso, la formazione a distanza per il mercato b2b - continua Carlo Robiglio- diviene anche experience di acquisto/vendita di un bene e di un servizio (posso infatti prima dell’acquisto conoscerne funzionalità, beneficio, utilità, scopo, durata etc). L’experience di chi ha già utilizzato il bene o servizio diventa narrazione, possibilità di raccontare il prodotto attraverso le sue qualità, creando un processo emulativo e virale nel mercato e fornendo alla stessa area commerciale elementi narrativi utili per la descrizione e la vendita”.

Il lancio della business unit si inquadra in una tendenza, accelerata dall’emergenza coronavirus, che vede sempre di più le aziende investire sulla formazione.

“Siamo passati – conclude Robiglio – dalla società del titolo a quella della competenza. Il titolo di studio era, nella società ormai al crepuscolo, ed è ancor oggi per certi versi, la fotografia statica di una situazione cristallizzata.

Ma ormai nessuno può più prescindere dalla necessità di acquisire e implementare costantemente le competenze, prerequisiti della società liquida e dinamica nella quale ci troviamo a vivere. La competenza è come un film: in continuo sviluppo e divenire. E per implementare costantemente le competenze, presupposto per rimanere nel mondo del lavoro, bisogna sempre più utilizzare le nuove tecnologie di formazione a distanza, che ci aiutano a formarci in qualunque posto ci troviamo.

Si ottimizzano così le tempistiche e si consente di autoprogrammare il proprio percorso didattico senza togliere spazio ad altre attività. Formarsi a distanza favorisce in tal senso uno sviluppo sostenibile anche sul piano sociale, proprio perché riduce o azzerava, secondo le circostanze, i costi umani dell'evoluzione tecnologica. Ma la Fad si declina anche in termini di sostenibilità ambientale, perché permette alle imprese di sviluppare percorsi formativi 'non in presenza', e quindi senza costringere le persone a effettuare spostamenti”.