

FONDO FOR.TE. – CONTO INDIVIDUALE AZIENDALE DI GRUPPO
SCHEDA DI SINTESI DI PIANO FORMATIVO

TITOLO DEL PIANO	MIGLIORAMENTO SOFT SKILLS E COMPETENZE DIGITALI
SOGGETTO PRESENTATORE	D.M.O. SPA
AZIENDE BENEFICIARIE DEL PIANO	D.M.O SPA – D.M.O PET CARE
SETTORE ECONOMICO	COMMERCIO
FINANZIAMENTO FOR.TE	€ 27.720,00
LAVORATORI OCCUPATI NELLE AZIENDE BENEFICIARIE	D.M.O SPA 1348 (124 M – 1224 F) D.M.O. PET CARE 694 (177 M – 517 F)
LAVORATORI IN FORMAZIONE intesi come teste diverse	D.M.O SPA 33 (17 M – 16 F) D.M.O PET CARE 22 (15 M – 7 F)
PROGRAMMAZIONE DELL'ATTIVITA' FORMATIVA	da settembre 2018 per i 12 mesi successivi
AREA COINVOLTA	Veneto

DESCRIZIONE GRUPPO D.M.O

Il Gruppo Dmo, costituito da Dmo Spa, Dmo Pet Care S.r.l. e Dmo Bellezza e Benessere S.r.l., è leader con i marchi Caddy's e Beauty Star nella vendita di prodotti di profumeria, igiene persona e detergenza ed è inoltre il punto di riferimento in Italia, con il marchio L'Isola dei Tesori, per la commercializzazione di prodotti per la cura e l'igiene degli animali. In continua espansione, attualmente gestisce e sviluppa direttamente 450 punti vendita, investendo quotidianamente nel bene più prezioso: il "capitale umano". Per questo pone al centro dei propri obiettivi la crescita, lo sviluppo e la formazione delle proprie risorse interne, attualmente oltre 2000 dipendenti.

Dmo trae le sue origini nel dopoguerra quando il capostipite Giuseppe Celeghin produceva perborato e saponina in un piccolo laboratorio sotto casa a Ponte di Brenta e faceva le consegne della merce con il calesse. Nel 1965 con Giovanni Celeghin l'azienda passa dalla sola produzione alla vendita all'ingrosso di prodotti per la pulizia della casa e l'igiene della persona rifornendosi da aziende storiche del settore come Miralanza, Colgate e Panigal. Negli anni successivi, visto l'aumento del giro d'affari, abbandona la produzione e si concentra sulla commercializzazione ampliando il numero dei clienti e aprendo alcuni punti vendita fino ad arrivare oggi a gestire e sviluppare direttamente 450 Punti Vendita, tra profumeria ad insegna "Beauty Star", punti vendita

per l'igiene e detergenza della persona ad insegna "Caddy's" e "Caddy's Maxistore" e punti vendita Pet (food e accessori animali) ad insegna "L'Isola dei Tesori".

Il Gruppo si caratterizza per una visione moderna orientata ad un sistema di lavoro innovativo anche rispetto ad aziende della GDO ben più grandi e strutturate. È tra i primi negli anni '90 ad attivare il sistema per la lettura dei codici a barre e il sistema di riordino automatico della merce sul venduto. Introduce grandi innovazioni sul fronte della tecnologia applicata alla logistica, ad esempio il fatto che i prelievi di magazzino avvengono con il sistema della radiofrequenza che consente l'ottimizzazione del lavoro e l'aggiornamento dei dati minuto per minuto.

Con l'adesione al Fondo Interprofessionale For.te e l'attivazione del Conto di Gruppo, si vuole potenziare la formazione delle proprie risorse interne che è sempre stata un caposaldo dell'azienda. È questo quindi il primo Piano di un programma più vasto di attività che permetteranno di conseguire obiettivi strategici di miglioramento della competitività del Gruppo, nel campo degli acquisti e approvvigionamenti, dell'informatica, del marketing e delle strategie di vendita attraverso la formazione del personale e valorizzandone il capitale umano. L'ambizione oggi è diventare un Gruppo ancora più forte e coeso rispetto al passato, spiccatamente orientato alla vendita in un ambiente sinergico e costantemente connesso.

DESCRIZIONE PIANO FORMATIVO

Lo scopo primario della proposta formativa è quello di offrire ai partecipanti una formazione fruibile ed efficace, alla stregua di una preparazione atletica alla competizione. Le figure aziendali che saranno coinvolte in questo primo piano formativo saranno buyer, impiegati amministrativi e capi area.

I percorsi formativi avranno come obiettivo quello di sviluppare nei partecipanti da un lato le competenze informatiche, dall'altro le competenze comunicativo-relazionali.

I percorsi saranno finalizzati a creare e migliorare lo spirito di squadra ed i rapporti interpersonali sia interni all'impresa, sia esterni per fidelizzare il cliente attraverso le tecniche di comunicazione e tramite l'ascolto attivo-empatico, nonché nel caso dei buyer accrescere le competenze nell'ambito della negoziazione e nelle tecniche di trattativa commerciale. La comunicazione sarà utilizzata come leva strategica per la creazione di valore verso il mercato per favorire l'incremento dei risultati aziendali.

La modalità di sviluppo degli obiettivi sarà interattiva e centrata sull'approccio esperienziale per permettere ai partecipanti di acquisire e migliorare le competenze di ascolto del cliente, le abilità nella trattativa commerciale.

Relativamente alle competenze in ambito informatico, il percorso permetterà di migliorare le capacità dei partecipanti di elaborare dati statistici ai fini di monitorare le vendite ed avere sempre il polso sull'andamento del mercato e delle varie insegne del Gruppo.

Il piano formativo intende dunque sviluppare, grazie a metodologie didattiche fortemente esperienziali, i contenuti di tipo tecnico in modo immediatamente contestualizzato alla situazione lavorativa, così da fornire ai partecipanti abilità ed atteggiamenti concretamente spendibili.

ELENCO DEI CORSI

TITOLO/ARGOMENTO CORSO	durata corso (ore)	n° edizioni previste del corso	tot ore fabbisogno	n° allievi ad edizione	tot allievi formati
Excel avanzato	20	3	60	10	30
Negoziazione efficace per buyer	12	2	24	4	8
Comunicazione efficace orale e scritta	16	3	48	10	30



