

Auditing

Obiettivi: L'attività di auditing consiste in un processo di verifica, sistematico e documentato, condotto da esperti qualificati ed in possesso di specifiche certificazioni, che mira a rilevare la conformità dell'organizzazione e delle sue procedure interne rispetto a leggi, norme, regolamenti, prescrizioni del committente, procedure o politiche interne.

I risultati dell'audit vengono utilizzati sia per correggere eventuali situazioni non conformi, sia per avviare azioni di miglioramento.

Metodo: L'attività di indagine viene eseguita laddove si svolge l'azione e prevede, anche attraverso l'utilizzo di apposite check-list, la raccolta delle cosiddette evidenze oggettive. Queste ultime sono frutto della disamina di documenti cartacei o elettronici, di informazioni provenienti dalle interviste al personale e delle osservazioni raccolte dall'ispettore stesso.

I risultati della verifica sono documentati all'interno di apposito verbale consegnato alla committenza; tale documento riepiloga tutti gli aspetti più salienti, i rilievi effettuati, i problemi riscontrati ed eventuali commenti del personale coinvolto.

Verifiche di prima parte: Sono le verifiche condotte all'interno della propria organizzazione.

Verifiche di seconda parte: Sono le verifiche condotte sulla propria filiera di fornitura (supply-chain).

Monitoring

Obiettivi: Controllare lo stato dei processi ritenuti critici e strategici per l'organizzazione, al fine di raggiungere gli obiettivi individuati dalla Direzione.

Metodo: Definire ed implementare apposite procedure e strumenti, finalizzati alla costruzione e gestione di un vero e proprio cruscotto di indicatori di performance, ai quali associare obiettivi quantitativi e soglie di attenzione.

Training

Obiettivi: Fare fronte alle necessità di aggiornamento e di arricchimento professionale di chi presiede attività fondamentali e strategiche; migliorare le capacità di risposta della società alle sollecitazioni ed alle esigenze del mercato; aumentare il capitale intellettuale dell'organizzazione e, conseguentemente, il valore di mercato dell'Azienda.

Metodo: Analizzare la struttura organizzativa e le competenze del personale, al fine di evidenziarne le carenze ed i fabbisogni formativi.

Quindi, in collaborazione con l'Azienda, progettare e pianificare i percorsi formativi, in modo da "tarare" i contenuti e le metodologie in funzione dei destinatari.

Erogazione: Gli interventi formativi vengono erogati, sostanzialmente, attraverso tre modalità differenti.

La prima è quella più tradizionale della *formazione in aula*, sia outdoor che on site.

La seconda è il *training on the job* all'interno dell'Azienda attraverso il tirocinio o lo stage formativo specifico nell'area o funzione aziendale interessata.

La terza ed ultima modalità è quella della *formazione a distanza*, che comporta da un lato l'utilizzo massimo della multimedialità, dall'altro la possibilità della fruizione dei contenuti da parte del destinatario senza vincoli di spazio e di tempo.

Aree di intervento: Le tematiche coperte interessano sia le aree più tecniche dell'Azienda (approccio formativo verticale), sia le componenti di stampo manageriale (approccio formativo orizzontale).

