

THINK TANK HRC

IO SFIDO IL MERCATO

Coinvolgere le risorse umane e condividere i risultati. Su questi due pilastri Matrix fonda la sua crescita futura. E per farlo punta sulla comunicazione interna.

■ La grande sfida dei mercati in **Matrix**, società del gruppo Telecom, fa da volano allo sviluppo del senso di appartenenza. «Noi operiamo nel mercato multimediale» spiega Alberto Fumagalli, direttore risorse umane della società, «legato a doppio filo alla pubblicità digitale, che attualmente registra una crescita del 20-25% annuo. Questo comporta un incremento costante degli investimenti e un ampliamento del lavoro all'interno della società. Una sfida molto importante per la nostra crescita futura. Dalla nostra parte abbiamo un brand molto forte, Virgilio, che è un riferimento per il mercato italiano».

Come è intervenuta la direzione Hr in questa fase?

Abbiamo valorizzato le risorse già presenti nel gruppo, attraverso un'intensa attività di *insourcing*, per inglobare in Matrix alcune aree di azienda provenienti da Telecom. Ma abbiamo anche puntato sulle competenze distinte del nostro mercato di riferimento, con iniziative orientate a sviluppare le capacità dei collaboratori.

Qual è stato

l'elemento decisivo nel processo di cambiamento intrapreso?

La contaminazione delle competenze è stata, ed è, un elemento molto importante.

Quali linee guida avete seguito?

In primo luogo il *time to market*, perché per affrontare un nuovo mercato è indispensabile essere veloci, rispondendo alle esigenze e ai tempi che il mercato richiede. Concettualmente possiamo dire che stiamo attraversando una nuova start up. L'altro punto cardine dal quale non si può prescindere è l'integrazione.

Cosa intende esattamente?

Dobbiamo lavorare molto sull'integrazione organizzativa e dei processi, valorizzando tutto il bagaglio culturale delle diverse realtà che

stiamo acquisendo, per creare una nuova cultura, univoca e al contempo differenziata per le singole aree di business. Per utilizzare una metafora, stiamo vivendo un passaggio da un'azienda di ottimo artigianato a una di stampo più marcatamente industriale. Questo comporta portare avanti azioni sia sui processi sia sugli investimenti.

Su quali elementi state puntando?

Presidiamo la comunicazione soprattutto verso l'interno, in quanto lo sviluppo di un nuovo mercato e i nuovi assetti che ne derivano significano prima di tutto discontinuità e impegno interno a tutti i livelli dell'azienda.

Cosa significa investire sulla comunicazione interna?

Significa fare incontri, momenti in cui ci fermiamo e ci raccontiamo in quale punto del percorso ci troviamo e quanta strada dobbiamo ancora percorrere.

Ma è anche importante pianificare le azioni da compiere..

Sì, certo, si discute dei singoli progetti o di piani di più ampio respiro, con lo scopo di condividere quei

casi di successo generati in sinergia.

Non ci sono momenti collettivi?

Certo specie per presentare un risultato aziendale a tutti coloro che hanno contribuito a raggiungerlo, mettendo a fattore comune gli sforzi provenienti dalle diverse funzioni aziendali. Anche perchè la condivisione di un successo aiuta a fare squadra. Senza dimenticare che per migliorare il clima aziendale è importante pure il ruolo dei capi, promotori nella creazione di un ambiente di lavoro positivo: ciò facilita la quotidianità e semplifica le sfide da affrontare. Infine, stiamo lavorando anche per far percepire maggiormente ai nostri collaboratori il frutto del loro lavoro, perchè questo aumenta la consapevolezza del proprio contributo e progressivamente la qualità.



ALBERTO FUMAGALLI

IL PROFILO DEL MANAGER...

Alberto Fumagalli, lavora nel Gruppo Telecom Italia dal 2001, dove ha ricoperto diverse posizioni di responsabilità e dal 2005 è responsabile HR, security e servizi generali di Matrix. In precedenza è stato consulente psicologo al ministero della Difesa e consulente di direzione in Telem.

...E QUELLO DELL'AZIENDA

Matrix, società del Gruppo Telecom Italia, nasce nel 1995 con il portale "Virgilio, il bello di internet". Oggi, attraverso nuove linee di business, vuole valorizzare tutti gli asset di media digitali del Gruppo Telecom e ottimizzare le risorse tecnologiche We. Il tutto attraverso il presidio dei mercati della pubblicità digitale con un'offerta integrata su internet, mobile, IPTV, i servizi voce attraverso il brand 1254 e il nuovo sviluppo del mercato delle tecnologie web (sviluppo portali, profilazione utenti, advertising management).

IN COLLABORAZIONE CON



WWW.HRCOMMUNITYACADEMY.NET
info@hrcommunityacademy.net



ANSA

OBIETTIVO: RINCORRERE I MERCATI

Per stare al passo con l'evoluzione dei mercati, Matrix, società del gruppo Telecom, punta a fare squadra. E organizza incontri periodici per condividere i risultati.