



MARILENA DALLA PATTI

IL PROFILO DEL MANAGER...

Marilena Dalla Patti è direttore risorse umane e organizzazione di Valtur. Laureata in Economia aziendale con specializzazione in organizzazione del Lavoro e un Mba conseguito negli Usa, è in azienda da oltre otto anni, durante i quali a assunto responsabilità crescenti.

...E QUELLO DELL'AZIENDA

Nata 40 anni fa, Valtur è uno dei più importanti tour operator presenti in Italia con un marchio sempre più riconosciuto a livello internazionale nell'ambito dei Villaggi e Village Resort di qualità. La società ha sede a Milano e possiede tre agenzie di vendita monomarca, 22 Villaggi in Italia e all'estero nei quali ospita 250.000 clienti l'anno e dà lavoro a oltre 4.100 risorse fra dipendenti e collaboratori. La sua mission? Essere leader del turismo italiano e realizzare una vacanza da sogno.

IN COLLABORAZIONE CON



WWW.HRCOMMUNITYACADEMY.NET
info@hrcommunityacademy.net

THINK TANK HRC

FORMAZIONE CERTIFICATA

Training mirato e continuo e tanta comunicazione interna per fare team. Queste le leve usate da Valtur per dare valore aggiunto al servizio e battere i competitor.

■ Differenziare il prodotto, il marchio, e creare un valore aggiunto per i clienti. Questo è vero soprattutto per società di servizio come **Valtur**, in cui le risorse umane costituiscono il vero cuore dell'azienda, responsabili della soddisfazione dei clienti. «La creazione di valore nella nostra azienda è trasversale in tutti i processi», dice Marilena Dalla Patti, direttore risorse umane e organizzazione della società. «Ma sono le persone ad arricchire di contenuti ed emozioni il valore pensato per i nostri clienti. Formazione e comunicazione integrata continue ed evolute sono il segreto».

Cosa sta alla base di questo?

I nostri valori. Energia, passione, spirito di squadra, orientamento al cliente, senso di appartenenza costituiscono un sistema interno di guida che connota l'azienda e i comportamenti, determinando un preciso, coerente stile manageriale.

In grado di influenzare i risultati dell'azienda?

Certamente. E i neoassunti imparano a rappresentare l'azienda e a confrontarsi con i clienti, nel loro ruolo di diretti artefici del successo aziendale. È, dunque, indispensabile investire in formazione per garantire standard elevati in grado di soddisfare le aspettative di una clientela sempre più esigente, soprattutto in vacanza.

Come vi siete mossi?

Abbiamo creato una scuola di formazione a cui partecipano più di 1.500 risorse formate secondo gli standard previsti. A oggi, siamo gli unici tra i tour operator italiani ad aver ottenuto la Certificazione UNI EN ISO 9001:2000 per la progettazione, la gestione e l'erogazione della formazione di tutte le figure professionali che lavorano all'interno dei nostri villaggi.

Cosa vuol dire formare una risorsa in Valtur?

Significa aiutarla a sviluppare il suo potenziale, a capire la sua natura e le sue doti, soprattutto nel caso dei numerosi giovani che non hanno ancora in mente un percorso professionale chiaro. Significa trasmettere gli obiettivi e i valori dell'azienda. Tutte le nostre risorse sono parte attiva di un processo che genera una forte integrazione con l'azienda, alimentando, così, la brand identity. I ragazzi acquisiscono le modalità di comunicazione dell'azienda ed è richiesto loro di mettere in pratica i valori aziendali in ogni azione lavorativa.

Come ottenete questo?

Con la comunicazione. Comunicare vuol dire assicurarsi che ogni concetto sia allineato e possa essere interpretato nel modo corretto. Ad esempio abbiamo un'intranet aziendale orientata non solo a trasmettere informazioni, ma soprattutto a rafforzare il senso di appartenenza e la fidelizzazione.

In che modo?

Per esempio, mensilmente il nostro amministratore delegato scrive una lettera a tutti i collaboratori, in cui si evidenziano i risultati vincenti per gratificare l'impegno di ciascuno. In aggiunta, organizziamo eventi per celebrare i successi aziendali. Tra questi, la Festa degli animatori, che si svolge a novembre con più di mille persone.

Come intendete continuare a innovare la formazione?

Oggi più che mai il settore del turismo necessita di investimenti in formazione per poter crescere. Siamo in attesa dell'ufficializzazione della costituzione da parte del ministero del Turismo di un centro di eccellenza formativo specifico per il turismo. La nostra azienda si candida come membro attivo in questa importante operazione, in modo tale che il nostro know-how possa essere messo a disposizione per accrescere lo sviluppo economico e l'immagine del Paese.



VICINI AI DIPENDENTI

Per fare team la comunicazione è fondamentale, così come la creazione di momenti di incontro.