

– testata giornalistica registrata –

Business & Gentlemen

ECCELLENZA, INNOVAZIONE, PROTAGONISTI: UNO STILE DI FARE IMPRESA

SPECIALE COVID19

INNOVAZIONE E FORMAZIONE, LA RISPOSTA AL LOCKDOWN DA AURORA BIOFARMA

◇ Speciale COVID19 il 19 Maggio 2020 ◇ 789 Views



Impatto negativo dall'epidemia da coronavirus per il 97,2% delle imprese italiane, con un dato del 43,7% di aziende per cui il lockdown si ripercuoterà con effetti "molto gravi" sulla prosecuzione delle attività. Sono i numeri che arrivano dall'ultima indagine sugli effetti della pandemia da Covid-19 per le aziende condotta da Confindustria.

Puntare su innovazione e formazione, soprattutto in questi giorni di lockdown è stata allora la risposta del gruppo Aurora Biofarma, azienda farmaceutica milanese nata nel 2010 e appena entrata tra le prime 150 imprese per fatturato del settore pharma attive in Italia.

«Di fronte al tutto si ferma Aurora Biofarma, in coerenza con la sua filosofia aziendale, ha scelto la strada del muoversi tutti insieme» – sono le parole di Nicola Valentini, Responsabile Formazione e Sviluppo di Aurora Biofarma – *«In questo momento decisamente straordinario di limitazioni, chiusure, riorganizzazioni abbiamo colto l'opportunità di migliorare le persone e migliorarci come azienda».*

Così nonostante il blocco territoriale della rete degli oltre 250 Informatori Scientifici del Farmaco del gruppo Aurora l'azienda ha attivato un piano training dedicato al miglioramento delle conoscenze e delle competenze comunicazionali per portare più qualità nel mercato alla ripresa.

Un primo percorso della durata di quattro settimane si è svolto attraverso questionari a distanza per linea, per prodotto e per target per dare modo alle persone di migliorare e allineare le proprie conoscenze scientifiche con un'adesione del 100% degli ISF dimostrando senso di responsabilità e appartenenza aziendale.

Dal 30 marzo il percorso di training si è orientato su una seconda fase dedicata alle competenze di comunicazione interattiva. L'intera rete Aurora è stata coinvolta in dieci sessioni settimanali, portate avanti quotidianamente e contemporaneamente per una durata di sei settimane che ha visto la partecipazione di tutta la squadra Marketing, Sales e Training inclusa la presenza dei Dirigenti nei ruoli di Relatori e Facilitatori.

Parola d'ordine di queste sessioni è stata l'innovazione con la strutturazione di aule virtuali e una metodologia di apprendimento svolta mediante Role Play situazionali in cui team di 10-15 Informatori Scientifici hanno lavorato a distanza, ma insieme.

«Aurora dunque non si è fermata ma ha puntato decisamente al miglioramento attraverso il coinvolgimento attivo e l'apprendimento delle proprie persone – conclude Valentini – Un messaggio che vogliamo divulgare all'esterno: la chiave per il successo, anche nei momenti di difficoltà, rimane lo scommettere sulle competenze e sentirsi parte di un progetto».

< ARTICOLO PRECEDENTE

LUDOTECHE E PARCHI GIOCO, IL 50% A RISCHIO CHIUSURA

ARTICOLO SUCCESSIVO >

REPOWER E BVA DOXA FOTOGRAFANO L'IMPATTO DELL'EMERGENZA CORONAVIRUS SULLE PMI ITALIANE

≡ YOU MIGHT ALSO LIKE

< >

FARE IMPRESA CON UNO SGUARDO AL BENESSERE DEI DIPENDENTI, VERO PATRIMONIO DI OGNI AZIENDA

INTELLIGENZA ARTIFICIALE, PRECISIONE NELLE MISURAZIONI E DETERRENZA ATTIVA: COME IL SETTORE RETAIL PUÒ RIPARTIRE GRAZIE ALLA TECNOLOGIA



TURISMO IN CRISI, MA C'È VOGLIA DI TORNARE A VIAGGIARE. IL 65% DELLE RICERCHE ONLINE SONO RELATIVE A VACANZE. UMBRIA, SICILIA, SARDEGNA E PUGLIA AL TOP



IMPRESE DEL TERZIARIO: A TRE MESI DAL LOCKDOWN IL 48% ANCORA SENZA CASSA INTEGRAZIONE



IL R FITI

≡ BUSINESS

ECONOMIA/IMPRESE

1.096

EVENTI BIZ

220

INNOVAZIONE

149

MARKETING

169

PEOPLE

170

SPECIALE COVID19

248

≡ LIFESTYLE

IN MOTION

137

LIFE

329

STYLE

174

≡ NEWSLETTER

Nome e Cognome*

Nome e Cognome*

Email*

Email*

Ho preso visione e accetto la Privacy e cookie policy.

ISCRIVITI