



Insieme al portale è stata implementata anche un App che consente di facilitare e migliorare la comunicazione tra dipendenti e azienda con ricadute positive sull'engagement

HRTIME, il portale utilizzato da FBF, accorcia le distanze con i dipendenti e ottimizza la gestione a 360° del mondo HR

Fabio Boscaïno, Amministratore Delegato di FBF: "Senza questo strumento, realizzato in seguito a un percorso di mappatura, standardizzazione e digitalizzazione dei processi aziendali, sarebbe stato impossibile aprire nuovi punti vendita al di fuori della nostra regione durante il periodo della pandemia"

L'azienda/l'ente

FBF srl opera dal 2007 nel settore del commercio al dettaglio di abbigliamento e calzature sportive. L'azienda è un franchising Adidas con 8 punti vendita monomarca. La sua sede amministrativa è a Napoli ma in Campania ha negozi a Caserta e Pontecagnano. Dal 2015 ha iniziato il suo sviluppo oltre i confini regionali, aprendo punti vendita a Milano e provincia, Torino, Firenze e Chieti. Conta 70 dipendenti e un fatturato annuo nel 2021 di circa 8 milioni di euro.

L'idea in breve

Nel 2015, in seguito alla crescita dell'impresa che ha iniziato ad aprire punti vendita fuori dai confini regionali, è nata l'esigenza di standardizzare ed efficientare i processi aziendali, oltre che migliorare la gestione delle risorse umane. Con il supporto di Innovation4HR, società che nasce da uno studio di consulenza del lavoro e che realizza strumenti digitali per PMI, FBF ha creato un ufficio HR utilizzando il portale HRTIME corredato da App creato dalla stessa Innovation4HR. Queste soluzioni hanno consentito di ridurre le distanze tra azienda e dipendenti, migliorare la comunicazione e attuare una corretta politica di time management in base alle esigenze sia dell'impresa che del personale. Non solo. È stato anche possibile rilevare e registrare tutte le attività e creare un meccanismo di valutazione delle competenze in grado di stabilire il fabbisogno formativo aziendale.



Gli step pregressi

Come primo passo FBF, nel 2017, ha mappato tutti i suoi processi aziendali nelle diverse *business unit* con l'obiettivo di uniformarli e standardizzarli. Successivamente ha individuato i processi chiave e li ha digitalizzati. In questo percorso, grande importanza è stata data alla digitalizzazione dei processi legati alle risorse umane, che per FBF sono la vera ricchezza aziendale. Si è partiti dal *recruiting* fino alla formazione e alla mappatura delle competenze. Con il supporto di Innovation4HR è stato creato un ufficio HR "misto" (con una componente interna all'azienda e una esterna) che è stato motore del processo di innovazione grazie soprattutto l'utilizzo nel 2019 di un portale chiamato HRTIME e di un App.

Il portale

Al portale HRTIME hanno accesso tutti i dipendenti di FBF. La piattaforma contiene un manuale operativo dell'azienda che raccoglie i suoi processi, dalle attività in *store*, fino all'acquisto dei materiali e alla formazione del personale. Accedendo al sito si possono anche visualizzare una serie di report aziendali generati automaticamente che forniscono i dati del business consuntivati e analisi predittive per poter reagire tempestivamente alle variazioni di mercato. La piattaforma è anche utilizzata dagli *store manager* dei diversi punti vendita per la gestione dei turni e delle presenze dello staff in totale autonomia.

L'App

Connessa alle portali, è stata poi utilizzata un App dedicata ai lavoratori che permette di avere accesso ai propri turni e di dialogare in via diretta con l'azienda: richiedere giustificativi, ferie, permessi, malattie e informazioni legate specificamente a FBF o a un determinato punto vendita. Tramite l'App, i dipendenti hanno anche accesso al regolamento aziendale e ad altri menu che vengono attivati dall'ufficio risorse umane all'occorrenza: per esempio quelli relativi alle valutazioni e autovalutazioni. Tutto è digitale e immediato. Il dipendente riceve subito la sua valutazione e può inviare un feedback: questo aiuta la condivisione e la comunicazione. Non solo, attraverso l'App l'azienda pubblica news e manda anche messaggi personalizzati.

Un progetto in itinere

La soluzione è utilizzata da circa tre anni, ma è in continuo aggiornamento. I contenuti possono essere sempre modificati o migliorati con upgrade a seconda delle esigenze che di volta in volta emergono. Questo è uno dei punti di forza del sistema. Nel 2022 per esempio è stata implementata la parte legata ai KPI (*Key Performance Indicators*). Grazie a un'integrazione con i software di cassa dei vari negozi si ottengono dati sia a consuntivo che a preventivo. Questo permette di organizzare gli orari di lavoro in maniera più precisa e attenta alla produttività, in caso di apertura di un nuovo negozio ma anche in uno *store* già strutturato. Attraverso degli algoritmi, in automatico, inserendo delle previsioni di vendita si ottiene il numero di turni da organizzare.



Benefici

Il portale e l'App facilitano la gestione del personale, in primis perché consentono di raggiungere facilmente e in maniera immediata ogni dipendente anche a distanza e poi perché rendono possibile la lettura dei dati in modo tale da rilevare determinate inefficienze del sistema senza essere fisicamente sul posto.

Il progetto è stato inoltre fondamentale per la standardizzazione dei regolamenti, dei ruoli e dei processi aziendali, elemento che ha generato chiarezza, trasparenza e capacità di intervenire in maniera puntuale per risolvere eventuali problemi.

La delimitazione di criteri standard e la digitalizzazione hanno consentito inoltre di oggettivare stime che prima si basavano sulle impressioni. Le informazioni raccolte nell'App provengono infatti da diverse fonti (valutazione dello staff da parte degli *store manager* e viceversa, produttività oraria, fatturato prodotto da ogni singola risorsa...) e consentono di ottenere un'analisi del personale più vicina alla realtà. Le ricadute positive si registrano sia nella fase di *recruiting* – individuando più facilmente le persone di cui l'azienda ha bisogno – che nella fase di permanenza in azienda, con la creazione di un percorso di carriera quanto più chiaro, oggettivo e trasparente possibile. Anche i dipendenti hanno apprezzato il sistema come un mezzo di crescita sia aziendale che individuale. Questo aspetto, unito a una migliore comunicazione anche personalizzata, ha implementato l'engagement e la motivazione aziendale, con una riduzione del turn over dal 30% al 15% e un ritorno dal punto di vista dell'*employer branding* che influenza positivamente anche il *recruiting*. Infine, il percorso di innovazione ha consentito all'azienda di espandersi e aprire nuovi negozi in altre regioni in un periodo difficile come quello della pandemia. Gli strumenti implementati negli ultimi tre anni hanno consentito di realizzare passi altrimenti impossibili, come individuare lo staff e coinvolgere talenti in zone distanti e difficilmente raggiungibili.