

MICRODATA GROUP

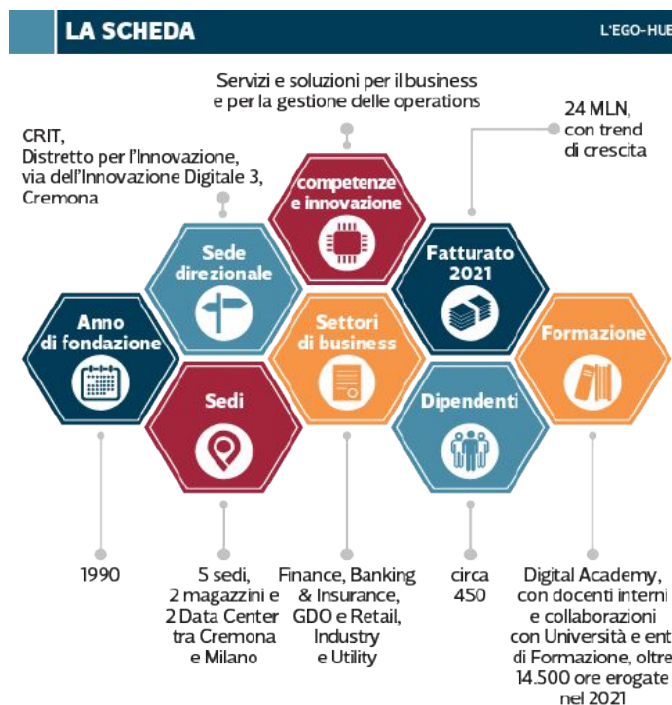


Il volto umano del digitale «Noi, innovatori da 30 anni»

Business in crescita e cento assunzioni dal 2020: «In tempi di crisi abbiamo scelto di investire sulle relazioni»



I founder e CEO di Microdata Group Carolina Cortellini e Alfredo Lupi



Monia Taraschi, Recruiting & Training Manager

Da un lato la digitalizzazione dei processi e l'automazione del workflow, dall'altro l'umanizzazione e la personalizzazione del customer care: i due poli della mission aziendale definiscono l'approccio «Human + Machine» di Microdata Group, la società cremonese che offre «competenze specializzate e soluzioni tecnologiche innovative» affidando un ruolo centrale a quello Human Touch che trova espressione nel payoff «Business Empathy». Immaginata e fondata nel 1990 da Carolina Cortellini e Alfredo Lupi, CEO dell'azienda, Microdata Group da oltre trent'anni detta i trend dell'innovazione digitale. Con un obiettivo trasversale: «Generare valore tecnologico e, soprattutto, umano», specificano i founder.

100 NUOVI DIPENDENTI

Negli ultimi due anni, segnati dall'emergenza pandemica, Microdata Group è stata capace di dare più profondità al team di lavoro ampliando il personale e sviluppando nuove professionalità. Dall'inizio del 2020 ad oggi sono 100 i dipendenti entrati a far parte dell'azienda, di cui 50 già trasformati a tempo indeterminato, raggiungendo così circa 450 persone. Merito di un'azione adattiva che, attra-

«L'accelerazione della domanda di servizi digitali ha fatto emergere nuove esigenze»

«L'urgenza di creare contatti diretti con i clienti ha dato impulso alla customer centricity»

verso una strategia mirata di brand positioning, ha saputo cogliere opportunità inedite tra le pieghe della crisi globale: «L'accelerazione della domanda di servizi digitali impressa dal fenomeno pandemico ha fatto emergere nuove esigenze da parte dei business player – spiega Lupi –. L'urgenza di colmare le distanze e di creare contatti diretti e legami empatici con la clientela ha dato impulso alla customer centricity praticamente in ogni ambito. Sulla scorta di questa necessità abbiamo messo a punto soluzioni

indirizzate al miglioramento dell'engagement, focalizzate in particolare sul Banking & Insurance, settori per il quale operiamo da sempre. Quello delle operations è un segmento operativo che si è progressivamente orientato sempre più verso la digitalizzazione del business, senza tralasciare le competenze di tutte le figure coinvolte nei processi di erogazione dei servizi, per noi punto di grande valore». Microdata Group ha centrato l'obiettivo anche grazie ad investimenti significativi: «Abbiamo saputo osare, trovando il coraggio di gettare il cuore oltre l'ostacolo – sottolinea Cortellini –. Non ci siamo limitati a investire in ricerca e sviluppo: prima di tutto abbiamo scommesso sulla costruzione di relazioni solide. Ed è stata proprio questa la sfida chiave che siamo riusciti a vincere».

LA DIGITAL ACADEMY

L'acquisizione di nuovi progetti e servizi ha portato con sé un potenziamento del know how: «In piena pandemia abbiamo intensificato la costruzione di competenze attraverso la formazione da remoto – spiega Monia Taraschi, psicologa, Recruiting & Training Manager di Microdata Group –. Abbiamo potenziato la nostra Digital

Academy interna per lo sviluppo di nuove skills, sia verticali che trasversali. Per noi le competenze rappresentano, oggi più che mai, la piattaforma essenziale su cui fondare la garanzia di qualità dei nostri servizi». Le attività formative sono strutturate su due step, entry level e level up: «Nel 2021 la Digital Academy ha erogato 15 mila ore di formazione, principalmente in ambito finanziario e assicurativo – dice Taraschi –. Inoltre, grazie alla partnership con il Politecnico di Milano, abbiamo realizzato percorsi formativi ad alta specializzazione per il team Information Technology».

COMPETENZE ED ESPERIENZE

Microdata Group mira ad un approfondimento costante della preparazione del personale: «La maggior parte dei nostri dipendenti ha una formazione teorica universitaria in ambito economico, giuridico e finanziario – precisa la Recruiting & Training Manager –, ma noi valorizziamo anche soft skills che reputiamo fondamentali come la capacità di analisi e problem solving, le doti comunicative e – non meno importante – il senso di responsabilità, attraverso lo svolgimento di attività specifiche del mondo Finance.

«Le competenze rappresentano la piattaforma su cui fondare la qualità dei servizi»

«La nostra azienda punta sui giovani ed è motivata ad offrire opportunità di crescita»

In più la nostra divisione tech sviluppa quell'innovazione che è parte integrante della nostra attività». Perché l'erogazione di servizi e l'implementazione di soluzioni tecnologiche sono le due facce della stessa medaglia. Come per esempio il customer care, mercato che riserva grandi potenzialità di sviluppo, che integra soluzioni software a competenze specifiche. Qui le persone si occupano di assistenza e supporto al cliente finale, attività che non ha niente a che vedere con il call center per la vendita.

MICRODATA PUNTA AL FUTURO

La crescita delle assunzioni rappresenta per Microdata Group l'esito di una precisa strategia occupazionale: «Vogliamo dare certezze in tempi di instabilità – dichiara Cortellini –. La nostra azienda punta prima di tutto sui giovani ed è motivata a dare opportunità di crescita anche a chi esce dal mondo dell'università in cerca di una bussola per il proprio futuro. Soprattutto ora, in un'epoca di profonda trasformazione del mondo del lavoro nella cornice di una complessa evoluzione socio-politica, abbiamo a cuore la stabilità e la sicurezza dei nostri dipendenti. Che, di riflesso, concorre a consolidare la continuità dell'attività societaria». Perché per Microdata Group i progetti aziendali sono davvero progetti con e per le persone. Proprio per questo i founder e CEO Cortellini e Lupi indirizzano un pensiero speciale a dipendenti e collaboratori: «Teniamo a esprimere il nostro apprezzamento per il lavoro svolto da tutto il team, con grande impegno e spirito appassionato, soprattutto nei tempi difficili della crisi pandemica. È grazie al contributo di tutti che oggi possiamo sentirci un'unica, grande community, pronta per le sfide del futuro».