Mille bancari startupper guidano l'innovazione del gruppo Sella

Servizi finanziari. Il programma Makers raccoglie su una piattaforma le idee dei dipendenti per fare efficienza anche con l'uso dell'intelligenza artificiale

Cristina Casadei

Raccogliere tutta l'energia delle persone in società che hanno molte migliaia di dipendenti non è facile, riconosce Andrea Tessera, Chief Innovation Officer del gruppo Sella. Nell'esatta metà dei suoi cinquant'anni, è un manager tornato in Italia dopo un'esperienza ultraventennale in Europa e negli Stati Uniti. Per fare venire fuori tutta l'energia dei 6mila dipendenti del gruppo finanziario ci racconta come è stato costruito Makers, un programma a cui partecipano diverse anime, comprese le aziende che fanno parte del gruppo, le aree di business e tecnologia, la rete commerciale, mentre altre funzioni fanno da facilitatori, dall'innovazione alla comunicazione fino alle risorse umane e alla direzione generale. Tutto è nato da «un'esigenza di maturità dell'organizzazione dove è molto importante ascoltare le persone ma anche ingagiarle - spiega Tessera -. Abbiamo deciso di creare una piattaforma digitale, Makers appunto, attorno alla quale si è sviluppata una vasta community di innovatori. Il nostro target totale è tra le 2.500 e le 3mila persone e già con la prima edizione, nel 2024, siamo arrivati oltre il 40%. Quest'anno siamo ripartiti con aspettative ancora più alte».

Makers si basa infatti su quattro principi chiave. Il primo è la partecipazione diffusa in cui ogni dipendente può dare il proprio contributo, il secondo è la creatività e l'innovazione, il terzo è la crescita condivisa, grazie al confronto che rafforza i team e stimola il miglioramento continuo e infine il quarto è l'ascolto e la valorizzazione: ogni proposta ha il potenziale per trasformarsi in un'opportunità concreta. Nel programma trovano spazio creatività, innovazione e spirito imprenditoriale, con un approccio orientato alla valorizzazione delle persone che risulta essenziale per affrontare efficacemente le sfide del mercato globale, come ha evidenziato anche il piano strategico Make an Impact del gruppo Sella annunciato nel 2024 e che ha segnato la nascita di

Makers. La prima edizione è durata nove mesi, in cui la piattaforma online dedicata è andata via via popolandosi di proposte arrivate da tutte le generazioni di dipendenti, che sono state oggetto continuo di suggerimenti, commenti, verifiche e interazioni. Tra le idee caricate sulla piattaforma 200 sono arrivate in finale. Dopo una fase di incubazione di un paio di mesi, alcune sono state già implementate, altre considerate radicali e incrementali, sono state presentate al management durante il “Maker’s Day” e di queste 8 avranno una realizzazione concreta. «Il vero punto di forza del programma però non risiede solo nei numeri ma nella sua dinamica inclusiva: l’obiettivo è favorire un ambiente in cui ogni dipendente possa sentirsi imprenditore, diventando portatore di idee e contribuendo alla loro evoluzione. E, quindi, trasformando il contributo individuale in un motore collettivo di innovazione», spiega Tessera.

Le sfide lanciate sono su idee di migliore efficienza, «ove possibile con l’utilizzo di strumenti basati sull’intelligenza artificiale - osserva Tessera -. Nella prima edizione, la maggior parte sono arrivate da under 35, ma c’è stata anche la partecipazione di team più maturi. In generale chi ha partecipato lo ha fatto con idee non banali, anzi direi audaci, senza porsi molti limiti. Il programma ha sicuramente rappresentato un modo per favorire il coinvolgimento delle persone e per permettere loro di avere visibilità. Se c’è una caratteristica che identifica Makers, oltre all’innovazione, è l’inclusione di tutti, da territori molto diversi, dall’India alla filiale del paesino ligure, dal collega più giovane, al sessantenne. Questa trasversalità ci ha anche permesso di tenere le antenne accese sulle diverse geografie in cui siamo presenti».

Makers si può considerare a tutti gli effetti un programma di Corporate Entrepreneurship, dove l’approccio alle challenge non si limita al lavoro di un singolo team. «Oltre ai cosiddetti “Makers”, ossia i promotori diretti delle idee, anche altri colleghi possono intervenire affinando e migliorando i progetti con consigli e contributi mirati - afferma Tessera -. Una modalità, questa, che rafforza i legami tra le persone, stimolando il confronto tra diverse competenze e consolidando il senso di appartenenza».

© RIPRODUZIONE RISERVATA