

docebo®

L'onboarding dei dipendenti:

Come migliorare le performance e il coinvolgimento
della tua risorsa più importante





Introduzione

L'onboarding non è una semplice routine quotidiana come lavare i piatti. Si tratta di un'opportunità "magica", come ad esempio riordinare l'armadio. Aniché liberare spazio prezioso per le tue sneakers, però, l'onboarding ti permette di creare una "prima impressione" straordinaria, destinata a durare nel tempo.

È un vantaggio competitivo per la tua azienda? In parola: Sì. Un onboarding di qualità può migliorare [la retention dei nuovi assunti del 50% e la produttività del 62%](#). L'onboarding rende le persone più felici, più coinvolte, più fidelizzate e più produttive.

In questo ebook ti spiegheremo come creare un solido programma di onboarding, che ti farà distinguere dalla concorrenza. Ti aiuteremo ad individuare le componenti chiave del processo di onboarding e ti mostreremo come integrarle nella tua cultura aziendale, per creare sin da subito un'impressione di grande impatto e duratura.

Ma l'onboarding non avviene in modo isolato (sarebbe davvero noioso). In realtà, è parte di un percorso più ampio di formazione e sviluppo dei dipendenti. Quindi, cercheremo anche di capire come creare una cultura della formazione continua e come sfruttare i vantaggi che ne derivano.

Un onboarding di qualità
può migliorare la
**retention dei nuovi
assunti del 50%** e la
produttività del 62%.

L'opportunità dell'onboarding

Progettare un piano di onboarding davvero efficace non è facile, ma i dati sul suo impatto suggeriscono che si tratta di un'opportunità da cogliere al volo. Prendiamo ad esempio la retention: con un onboarding ottimale, [la probabilità che un nuovo assunto resti in azienda per più di 3 anni è pari a quasi il 70%](#). Per un dipendente del settore vendite, ad esempio, si tratta di un [miglioramento del 50%](#) rispetto alla permanenza media di 1,8 anni. In termini di produttività, un onboarding di alto livello [può ridurre il "time-to-productivity" fino al 70%](#). Per molti ruoli, questo si traduce direttamente in un aumento dei ricavi (immagina di ottenere un intero trimestre di fatturato in più per ogni nuovo membro del tuo sales team).



Le aziende investono moltissimo per attrarre i migliori talenti — **ma poi sprecano tale investimento** fallendo il test di onboarding.

I dipendenti che ricevono un onboarding di qualità non solo restano più a lungo in azienda e producono di più, ma sono anche più felici. È [18 volte più probabile](#) che si sentano coinvolti nell'organizzazione, e l'89% di loro si sente fortemente integrato nella cultura aziendale, con un conseguente aumento del morale e della collaborazione.

Si tratta di vantaggi significativi che possono avere un impatto notevole sui profitti dell'azienda. Investire nell'onboarding significa ridurre i costi legati al turnover e alla perdita di produttività, creando al contempo una forza lavoro più coinvolta e motivata.

Si tratta di risultati straordinari. E la parte migliore? **Sono perfettamente raggiungibili.** Non c'è nulla di misterioso nell'onboarding e non c'è una formula segreta di cui solo Google e Costco sono a conoscenza. Ecco i principi chiave:

- Fai in modo che i nuovi assunti si sentano accolti, informati e supportati.
- Assicurati che sappiano cosa ci si aspetta da loro e che abbiano tutti gli strumenti e le risorse per svolgere al meglio il proprio lavoro.
- Aiutali a creare connessioni e a diventare parte di un team.
- Assicurati che i tuoi manager abbiano ricevuto una formazione adeguata e siano in grado di attuare correttamente il tuo piano di onboarding.

Tutto qui. Semplice! Ovviamente, "semplice" non significa "facile". Forse è per questo che, [secondo Gallup](#), solo il 12% dei dipendenti ritiene che la propria organizzazione abbia sviluppato un ottimo programma di onboarding. Dodici per cento!

Solo il **12% dei dipendenti** ritiene che la propria azienda offra un onboarding ottimale.



Meno di un terzo **si sente pronto ad eccellere** nel proprio ruolo dopo aver completato

Allo stesso modo, meno di un terzo dei nuovi assunti ritiene di essere preparato ad eccellere nel proprio ruolo una volta terminato l'onboarding.

La situazione attuale è questa: le aziende investono moltissimo per attrarre i migliori talenti, ma poi sprecano tale investimento fallendo il test di onboarding.

La maggior parte delle organizzazioni non raggiunge risultati soddisfacenti nella fase di onboarding, il che rappresenta un'opportunità: per le aziende che riescono ad ottenere risultati ottimali, l'onboarding può rappresentare un vero e proprio elemento di differenziazione. Cerchiamo di capire come ottenere risultati di eccellenza.



Come diventare leader nell'onboarding: strategie e best practice

In media, un programma di onboarding dura [90 giorni](#), con la maggior parte delle attività chiave concentrate nelle prime settimane. È troppo poco.

Rifletti su questo: conosci qualcuno che, dopo solo tre mesi di lavoro in una nuova azienda, sia già considerato un vero esperto?

Secondo una ricerca di Gallup, in genere i dipendenti impiegano circa [12 mesi](#) per raggiungere un rendimento ottimale. Per far sì che siano più produttivi in tempi più brevi, è necessario un ulteriore onboarding.



Ecco alcune best practice da seguire:

Crea e condividi un piano di onboarding e formazione ben strutturato. Non si può improvvisare. Ciò significa delineare un piano chiaro per i primi giorni, settimane e mesi di lavoro dei nuovi dipendenti. E non bisogna nascondere questo processo in un labirinto intranet, ma è importante dividerlo con i nuovi assunti, offrendo loro un quadro chiaro di ciò che devono aspettarsi e di ciò che ci si aspetta da loro. L'inizio di un nuovo lavoro è già di per sé una fase critica, pertanto ogni miglioramento in termini di trasparenza sarà certamente apprezzato.

Definisci obiettivi chiari e misurabili per i primi 30, 60 e 90 giorni dei nuovi assunti. I nuovi dipendenti vogliono contribuire, e questo è un modo semplice per farli sentire membri preziosi del team.

Se il tuo piano di onboarding prevede corsi di formazione, tieni sempre in considerazione l'esperienza dei nuovi dipendenti. Ad esempio, se la formazione obbligatoria sulla conformità può durare tre giorni, sarebbe meglio non concentrarla tutta nella prima settimana di lavoro. Piuttosto, cerca di trovare un equilibrio tra le attività più "noiose" e la comprensione del ruolo, favorendo così la scoperta della cultura e dei valori dell'organizzazione, introducendo nuovi strumenti e, naturalmente, aiutando i neoassunti a creare connessioni con il proprio team.



Chiedi al tuo team di **inviare messaggi di benvenuto** o prova a fare un sondaggio "per conoscerti meglio". Una comunicazione efficace e una serie di **attività di "pre-onboarding"** aiuteranno ad affrontare al meglio il primo giorno di lavoro.

Usa i social per facilitare il coinvolgimento dei tuoi dipendenti con la tua cultura. Aiuta a promuovere relazioni positive tra i nuovi assunti e i loro colleghi. I mentori o i colleghi sono particolarmente indicati per questo scopo. In genere, i manager dovrebbero essere i primi ad introdurre i nuovi assunti all'interno del team. Negli eventi ricorrenti (come gli stand-up settimanali), i manager dovrebbero anche dedicare un'attenzione particolare ai nuovi assunti durante le prime settimane.

Raccogli i feedback e organizza dei check-in regolari con i manager. Se ai nuovi assunti si insegna il principio "o la va o la spacca", questi non riusciranno mai a raggiungere il loro pieno potenziale. Per evitare che ciò accada, i manager devono controllare regolarmente i nuovi assunti, affinché si sentano ascoltati e ricevano tutto ciò di cui hanno bisogno. Inoltre, raccogli feedback sul processo di onboarding tramite sondaggi o conversazioni dirette: per quanto dettagliato sia il tuo piano di onboarding, puoi sempre migliorarlo.

Concentrati sulla formazione dei manager. È probabile che all'interno della tua organizzazione ci siano molti grandi leader, che però non sono in grado di gestire l'onboarding dei nuovi dipendenti, soprattutto a livello virtuale. Spesso, infatti, un manager affermato non ricorda cosa significhi essere un nuovo membro di un team. A volte i nuovi assunti possono passare inosservati ai manager, dato che questi tendono a dare la priorità al proprio team e al lavoro già in corso. Ma i vantaggi sono evidenti: quando i manager sono coinvolti nel processo di onboarding, i nuovi assunti hanno [più del triplo delle probabilità](#) di valutare l'esperienza come "eccezionale".

Un programma vincente di onboarding (e di formazione in generale) permette ai manager di aiutare i loro team. Assicurati che i manager abbiano un piano dettagliato e le giuste opportunità formative per colmare le proprie lacune. Un onboarding di alto livello non avviene mai per caso. Anche se il tuo programma è ben congegnato, i tuoi manager devono essere messi in condizione di realizzarlo.

Pianifica l'upboarding, ovvero l'inserimento dei dipendenti già in organico quando cambiano team o ruolo. La mancata realizzazione di questa fase può essere disastrosa: non c'è niente di peggio che prendere un dipendente con un rendimento ottimale e assegnargli un nuovo ruolo senza la giusta preparazione. Non solo si perde la sua produttività superiore alla media, ma si rischia di far perdere il posto a una delle persone più preziose. E la formazione continua non deve essere finalizzata unicamente alle promozioni interne. Considerando che il [19% delle competenze](#) diventa obsoleto ogni tre anni, la cultura della formazione continua è più importante che mai.

Raccogli i dati e sfruttali per migliorare continuamente. Per valutare l'impatto dei tuoi programmi di onboarding e formazione, puoi misurare il "ramp-up time", la conoscenza dei prodotti, le performance, la produttività e altro ancora. E non trascurare il feedback umano. Strumenti come [Docebo Learning Impact](#) ti permettono di raccogliere e analizzare questi dati qualitativi, per misurare l'impatto del tuo piano formativo, inclusi i singoli moduli del tuo programma di onboarding.



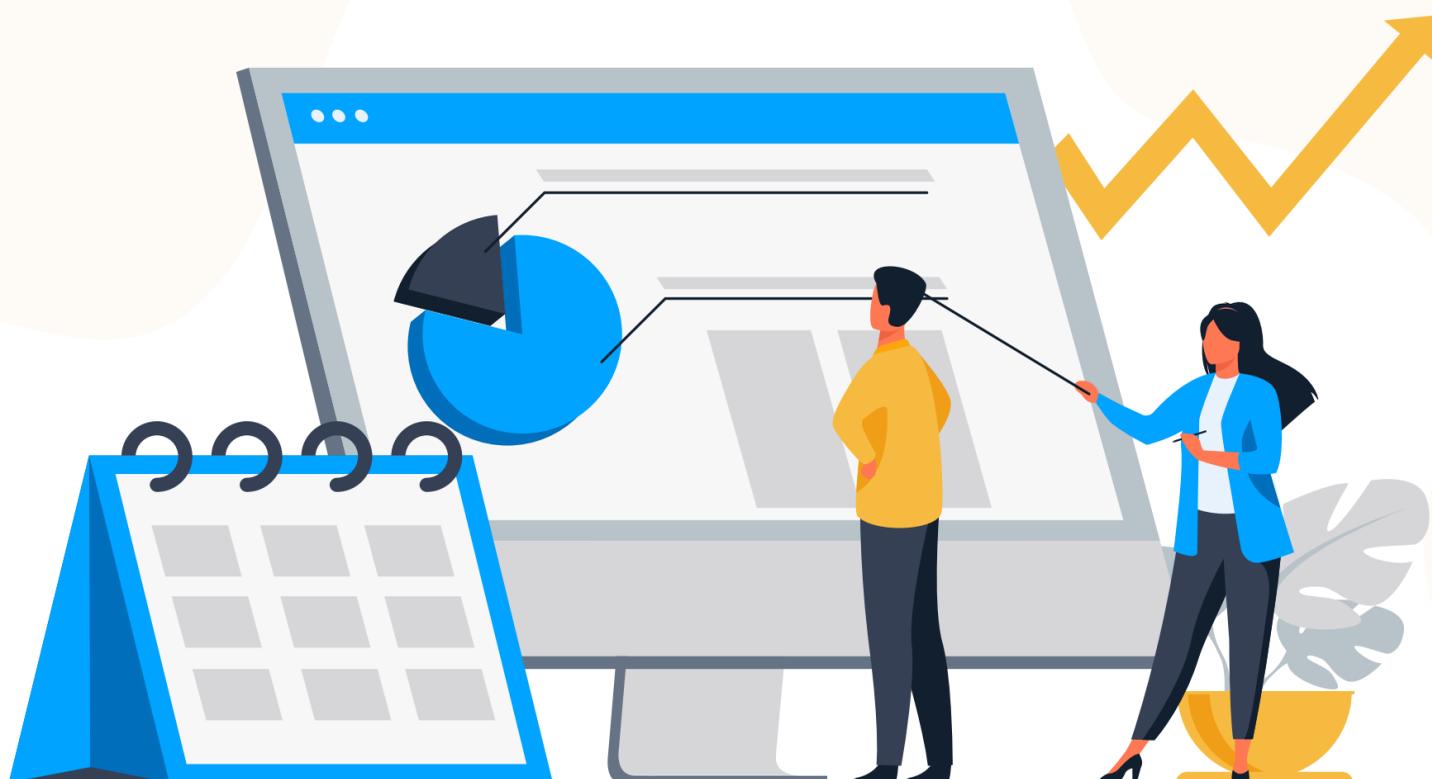
Se ai nuovi assunti si insegna il principio **'o la va o la spacca,'** non riusciranno mai a raggiungere il loro pieno potenziale.

Trend e innovazioni

L'esperienza di onboarding è mediamente insufficiente, ma sempre più aziende hanno iniziato ad ottimizzarla. Come? Adottando approcci sempre più creativi per innovare il paradigma tradizionale dell'onboarding. In questa sede, ci soffermeremo brevemente su tre di queste innovazioni: La diffusione dell'onboarding virtuale, il social learning e la gamification nel processo di onboarding e formazione, nonché il concetto di upboarding.

Onboarding virtuale:

Hai iniziato un nuovo lavoro nella primavera del 2021? Beh, allora è probabile che avrai sperimentato un processo di onboarding virtuale ad hoc e un po' macchinoso. Ma ora che il lavoro remoto e ibrido è diventato una realtà consolidata, le aziende possono prendere fiato e creare un'esperienza mirata di onboarding virtuale. In questo modo, i dipendenti possono essere inseriti da qualsiasi luogo, permettendo alle aziende di sfruttare nuovi bacini di talenti e di risparmiare tempo e denaro. Non c'è da stupirsi che l'onboarding virtuale stia prendendo sempre più piede.



Affinché l'onboarding virtuale sia efficace, le aziende devono assicurarsi che i nuovi dipendenti abbiano tutti gli strumenti e il supporto necessario per orientarsi al meglio e costruire relazioni con i colleghi. In un ambiente virtuale, il dinamismo è naturalmente minore e le interazioni non avvengono in modo organico, come ad esempio di persona. È compito del programma di onboarding (e del manager) facilitare queste interazioni.

Ricorda, però, che è più probabile che il tuo programma di onboarding sia sotto-ingegnerizzato, piuttosto che sovra-ingegnerizzato (soprattutto in ambito virtuale), quindi cerca di creare un piano dettagliato che preveda incontri con tutto il team, obiettivi e traguardi concreti, nonché tutte le risorse formative per le esigenze dei nuovi assunti. In un ambiente virtuale, infatti, è molto più facile che un neoassunto completi la formazione obbligatoria e poi non sappia cosa fare dopo, né quali siano le sue responsabilità. Non c'è niente di peggio.

Social Learning e Gamification:

Le aziende sfruttano sempre di più la gamification per migliorare l'esperienza di onboarding. Ricorda: i neoassunti vogliono contribuire il prima possibile, e le meccaniche ludiche - come ad esempio punteggi, badge e classifiche - consentono di creare una sensazione di progresso e di conquista. Per questo motivo, quando si chiede ai dipendenti in quale ambito vorrebbero trovare maggiori elementi ludici, [la risposta più frequente](#) è "software di formazione".



l'83% dei dipendenti che ricevono una formazione basata sulla gamification si sente più motivato, mentre **il 61%** che riceve una formazione priva di meccaniche ludiche la ritiene [noiosa o improduttiva](#).

E se stai lavorando a una strategia di onboarding basata sulla gamification, non tenerla segreta. La gamification può essere uno strumento per migliorare il tuo brand. Il 78% dei dipendenti dichiara che un processo di recruitment e onboarding basato sulla gamification li renderebbe più propensi a lavorare per un'organizzazione.

La gamification non deve essere adottata solo per la formazione i nuovi assunti. Fai in modo che sia un vero e proprio sport di squadra, premiando i membri del team che consentono ai nuovi assunti di sentirsi benvenuti o che offrono mentorship e supporto.

Il concetto di upboarding:

L'upboarding può includere formazione sulle nuove tecnologie, sviluppo delle competenze, programmi di mentorship e opportunità di sviluppo della leadership per i dipendenti già in organico. Secondo una ricerca promossa da Docebo, [il 62% dei dipendenti prenderebbe in considerazione l'idea di cambiare lavoro se il proprio datore di lavoro non offrisse loro le giuste opportunità formative.](#) Ma dove andrebbero? La stragrande maggioranza (80%) sceglierebbe di lavorare per un datore di lavoro che dà priorità alla formazione continua.

Quindi sì, l'onboarding è assolutamente fondamentale, ma è solo una parte di un solido programma di Formazione e Sviluppo.



I nuovi assunti vogliono **contribuire il prima possibile** e la gamification consente di creare una sensazione di progresso e di conquista.

Perché un LMS è fondamentale

Sviluppare un programma di onboarding di alto livello senza un Learning Management System (LMS) è come cercare di volare senza un aereo: anche mettendocela tutta, non riuscirai mai a decollare.

A livello base, un LMS consente di archiviare, distribuire e tracciare le risorse di onboarding in un unico luogo centralizzato. Ma chi si accontenta del “livello base”? Per un onboarding veramente efficace, è necessario un LMS che offra personalizzazione, contenuti interattivi e coinvolgenti, accessibilità mobile, collaborazione, social learning e funzionalità di reporting.

Sembra complicato, ma non è affatto così. In fondo, tutte queste funzionalità consentono di offrire ai nuovi assunti dei contenuti in modo ben strutturato, costruendo connessioni autentiche. Tutto il resto è efficienza e dati.



In che modo un LMS può supportare l'onboarding?

- Centralizzazione e controllo versione
- Tracking, reporting e analytics
- Miglioramento di scalabilità ed efficienza
- Formazione dei manager
- Percorsi didattici personalizzati in base a ruolo o reparto aziendale
- Formazione adattiva in base alle performance dei dipendenti
- Contenuti con licenza
- Elementi di gamification (quiz, badge, classifiche, ecc.)
- Funzionalità di social learning e collaborazione (mentoring tra pari, domande agli esperti, forum e community, ecc.)
- Applicazioni mobile per il mobile learning
- Onboarding nel flusso di lavoro e nel momento del bisogno
- Integrazione con i sistemi già in uso
- ... e altro ancora

Un solido LMS consente ai nuovi assunti di accedere a tutti [i contenuti](#) di cui hanno bisogno. Può [collegarli al proprio team](#), integrandosi [nel flusso di lavoro](#). Ma la vera magia è questa: può fornire [i dati necessari](#) per generare chiarezza dalla complessità (e persino per [far crescere il tuo business](#)). Il 55% delle aziende [non misura affatto l'efficacia dei propri programmi di onboarding](#), quindi un approccio basato sui dati può rappresentare un grande vantaggio competitivo.

E ricorda: Il miglioramento continuo non riguarda solo le persone. Un LMS fornisce dati e analytics sul successo dei tuoi programmi di onboarding, per individuare gli elementi di maggiore impatto e quelli che invece devono essere migliorati. Ad esempio, è possibile scoprire quali corsi individuali hanno il maggiore impatto sul rendimento e sulla retention, o quali utenti generano i contenuti più coinvolgenti. Un LMS, inoltre, ti consente di offrire una formazione personalizzata per ogni singolo utente, progettando un'esperienza su misura sin dal primo giorno di lavoro.

Finora abbiamo parlato dei vantaggi per l'azienda e per i nuovi assunti. Ma anche il team L&D e i responsabili della formazione ti ringrazieranno. Una solida strategia di onboarding (e un LMS all'avanguardia) renderà la loro vita più facile, semplificherà il flusso di lavoro, automatizzerà le attività di routine e permetterà loro di risparmiare tempo per dedicarsi alle attività più importanti.

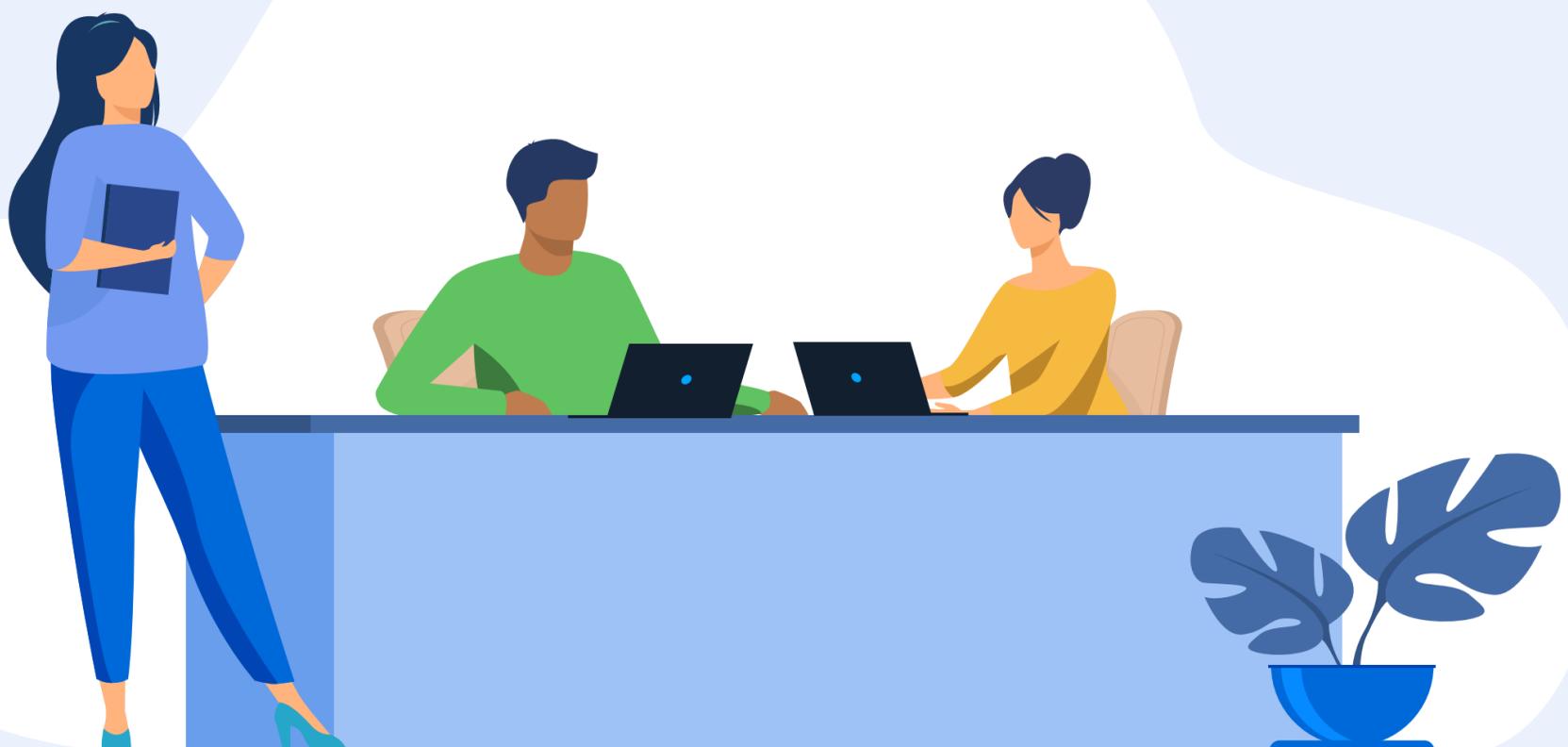


55% delle aziende non misura l'efficacia dei propri programmi di onboarding.

Conclusioni

Un onboarding efficace è fondamentale, non solo per il successo dei nuovi assunti, ma anche per l'intero team e per l'organizzazione in generale. Riduce in modo significativo il periodo di "ramp-up" dei nuovi assunti e migliora notevolmente la loro soddisfazione sul lavoro, la produttività e la permanenza media in azienda. In questo modo, i dipendenti diventano più produttivi, più coinvolti e restano più a lungo in azienda.

Tuttavia, molte aziende non riescono a offrire un'esperienza di onboarding in grado di soddisfare pienamente le esigenze dei propri dipendenti. Esistono molte spiegazioni, ma poche scuse. Le basi di un onboarding ottimale non sono complicate: richiedono solo le soluzioni giuste e un'esecuzione efficiente. Il gap tra un onboarding scadente e un onboarding di qualità si sta allargando sempre di più, per diventare un vero e proprio fattore di differenziazione delle performance aziendali e della capacità di attrarre e trattenere i talenti.



La maggior parte delle aziende trarrebbe beneficio dai seguenti approcci:

- Creare e condividere un piano strutturato di onboarding e formazione.
- Sfruttare gli elementi social per consentire ai nuovi assunti di entrare in contatto con il personale e con la cultura aziendale.
- Raccogliere feedback e condurre regolari check-in con i manager.
- Sviluppare un piano di upboarding dei dipendenti già in organico per mantenere aggiornate le loro competenze.
- Abbracciare e padroneggiare innovazioni quali onboarding virtuale, gamification e upboarding.
- Raccogliere e analizzare i dati per perfezionare continuamente il proprio piano di onboarding.
- Scegliere una soluzione formativa all'avanguardia per centralizzare, automatizzare e personalizzare l'onboarding.

Seguendo i passaggi descritti in questo ebook, la tua azienda sarà in grado di offrire un piano di onboarding di alto livello, indipendentemente dal settore in cui opera. È un'opportunità straordinaria per sprigionare il potenziale della risorsa più importante della tua organizzazione: le tue persone.

Vuoi diventare leader nell'onboarding? Lavora con il leader della formazione.

Per saperne di più, visita [Docebo.com](https://docebo.com)

Richiedi una demo