

CASE STUDY

scritto da gsub-Projektgesellschaft
mbH, Dr. Diana Peitel

Una visita al

Learning Shop

CONTENUTO

Riassunto	2
Parole chiave	2
La storia	2
Dopo l'orientamento	4
Domande e punti di discussione	5
Il background	5
Il Learning Shop	5
Il sito dell'orientamento formativo di Berlino (www.bildungsberatung-berlin.de)	6

Riassunto

Questo caso di studio è concepito come materiale di formazione per gli orientatori. Il caso descrive una situazione di vita quotidiana di operatori dell'orientamento e mostra come un orientatore che lavora nel Learning Shop di Neukölln (Berlino) affronta il compito di migliorare le capacità

di gestire le informazioni dei loro clienti. Vengono poste domande per la discussione che ogni orientatore può formulare e a cui può rispondere da sé. Inoltre vengono fornite alcune informazioni di base sul sistema di orientamento operante a Berlino.

Parole chiave

Incrementare le competenze professionali degli orientatori, competenza, orientamento permanente, capacità di gestire informazioni, Learning Shop Neukölln, studio di caso, materiale didattico.

La storia

Thomas, un ragioniere disoccupato di quarant'anni, entra nel Learning Shop di Neukölln a Berlino. È lunedì mattina, sono le 11 e il Learning Shop è pieno di gente che sta ricevendo assistenza per l'orientamento professionale. Il Learning Shop è un locale di 50 metri quadrati, con finestre grandi, quattro scrivanie dedicate ai servizi di orientamento professionale e due computer per effettuare ricerche.

Thomas viene invitato a sedersi e ad attendere qualche istante mentre tutti gli orientatori sono occupati con i clienti. Dopo quindici minuti, può parlare con Martina, una giovane orientatrice.

Thomas spiega a Martina di essersi già rivolto ad un centro di orientamento nella sua città di origine qualche mese

fa e che ora si è trasferito a Berlino. Aggiunge inoltre di avere chiesto in quell'occasione informazioni per un corso di formazione sull'utilizzo del sistema SAP¹ e che l'operatore gli aveva stampato dei fogli con alcuni corsi adatti a lui, ma aveva avuto l'impressione di non aver ricevuto informazioni sufficienti. Per questo ha deciso di rivolgersi al Learning Shop.

Martina inizia la consulenza dicendo a Thomas di essere felice che lui si sia rivolto al Learning Shop e gli domanda il motivo per il quale vuole seguire un corso di formazione sul SAP. Thomas spiega il suo background. Entrambi concordano sul fatto che un corso di SAP potrebbe aiutarlo a rientrare nel mercato del lavoro.

A questo punto Thomas vuole conoscere i centri di formazione che offrono il corso che sta cercando. Martina apre vari database² per cercare i corsi di SAP e nel frattempo spiega ogni singolo passaggio a Thomas, che rimane stupito: l'ultima volta che aveva chiesto informazioni su un corso, aveva ricevuto solo dei fogli stampati e qualche notizia sugli enti di formazione. Martina spiega che per lei è molto importante far capire ai clienti cosa sta facendo, perché così anche loro possono continuare la ricerca da soli. In questa sessione Thomas "apprende" che può usare il database in vari modi: può inserire una parola e ottenere un'ampia serie di risultati e offerte formative oppure affinare la ricerca rendendola più specifica. Con il primo metodo potrebbe essere difficile trovare il giusto corso di formazione, ma allo stesso tempo se ne potrebbero trovare degli altri interessanti. Con il secondo, invece, si ottiene un numero minore di risultati e si aumentano le possibilità di trovare il corso che corrisponde esattamente alle proprie esigenze.

Una volta stampate le informazioni, Martina dà un'occhiata in una cartellina aperta lì nel Learning Shop. Gli enti di formazione inviano al Learning Shop le proprie offerte e diverse informazioni sui corsi, per questo sono spesso a disposizione notizie aggiornate. Martina e Thomas individuano un altro corso di possibile interesse. Martina guarda

nuovamente i volantini che ha dato a Thomas e gli spiega con parole sue alcune delle informazioni riportate. Poi chiede a Thomas cosa ne pensa di alcuni punti in particolare delle informazioni ricevute per capire se siano stati compresi appieno. Dopodiché riassume ciò che lei e Thomas hanno trovato e gli chiede se anche lui è della stessa opinione riguardo ai risultati ottenuti.

Ora Thomas ha informazioni su quattro corsi differenti che soddisfano le sue esigenze in termini di contenuti e date. Poi, con uno sguardo interrogativo, Thomas chiede a Martina un consiglio su quale ente di formazione scegliere, perché lei conosce bene tutti quelli della zona e sa quali sono i migliori.

Martina gli spiega che questo non fa parte della politica di orientamento del Learning Shop che prevede che siano i clienti stessi a scegliere. Quindi domanda a Thomas quali sono le sue priorità nello scegliere un centro di formazione e cosa deve avere secondo lui un buon ambiente formativo. Thomas ci pensa per un po' e risponde che vorrebbe imparare ad usare l'ultima versione del SAP e frequentare un corso in cui gli altri partecipanti abbiano un pari livello di conoscenze. Quindi Martina gli domanda nuovamente come pensa di poter trovare queste due cose. Thomas risponde che visiterà il sito dell'ente di formazione e che andrà lì di persona per chiedere di poter visionare le classi e parlare con i corsisti. Anche se sa che la gente che frequenta i corsi ha diverse aspettative, è interessato a conoscere la loro opinione sul corso. Martina dà a Thomas una brochure in cui sono contenuti dei consigli su come scegliere il giusto ente di formazione. La brochure contiene possibili domande che i clienti si pongono riguardo agli obiettivi del corso, come ottenere una panoramica delle offerte e degli enti di formazione e come valutarne la qualità. Martina fa presente a Thomas che la qualità di un corso non deve essere valutata solo in base al sistema di gestione certificato che l'ente di formazione deve possedere, ma è anche qualcosa che il cliente dovrà determinare da solo.

¹ SAP AG è una società tedesca di software che produce software aziendale per gestire le operazioni di business e le relazioni con i clienti. I più noti prodotti software dell'azienda riguardano le applicazioni per la pianificazione delle risorse aziendali e per la gestione di grandi quantità di dati. SAP è una delle più grandi società di software al mondo.

² Principalmente vengono usati due database: il primo è il database del servizio pubblico per l'impiego tedesco chiamato KURSNET (<http://kursnet-finden.arbeitsagentur.de/kurs/>). KURSNET è il più grande database tedesco per la formazione professionale. Per esempio, persone che successivamente vogliono acquisire un diploma possono trovare informazioni su KURSNET. Le persone possono cercare un corso per perfezionare le loro competenze o per riorientarsi professionalmente. KURSNET contiene anche informazioni su 1.200.000 corsi di formazione realizzati da 18.000 enti di formazione. È possibile cercare corsi utilizzando delle parole chiave. KURSNET è neutrale, indipendente e gratuito. Il secondo database usato nel Learning Shop è "Weiterbildungsdatenbank Berlin" (<http://wdb-berlin.de>). Questo database fornisce informazioni complete e imparziali sull'offerta formativa a Berlino. Le persone possono cercare avvisi su vari argomenti e sull'offerta formativa usando parole chiave. Dà trasparenza al sistema formativo e fornisce una visione delle opportunità formative a Berlino. L'uso del database è gratuito.

Dopo aver salutato Martina, Thomas resta per un po' nel Learning Shop ed usa i computer a disposizione per provare a cercare altri corsi tramite il database. Martina inizia la

sessione di orientamento successiva, ma c'è comunque un addetto pronto ad aiutarlo in caso di domande sull'utilizzo del database.

Dopo l'orientamento

Appena torna a casa la sera, Thomas racconta a sua moglie di aver trovato un corso ideale per imparare ad usare il SAP e che andrà di persona al centro di formazione e poi al Centro per l'impiego per chiederne il finanziamento. Thomas pensa che ci siano maggiori probabilità di ricevere il finanziamento per il corso se l'incaricato capisce che il suo desiderio di frequentare il corso di formazione si basa su informazioni valide. Thomas dice inoltre a sua moglie di aver apprezzato molto il servizio di orientamento del Learning Shop e di aver imparato qualcosa di nuovo.

Dopo il lavoro Martina incontra una collega e le dice di essere molto contenta del suo impiego. Martina ha iniziato a lavorare al Learning Shop solo qualche mese fa. Ne apprezza molto l'idea di un luogo in cui i clienti entrano direttamente proprio come in un negozio. Spiega anche alla sua amica che questo è un lavoro che richiede impegno, perché è necessario avere sempre le ultime informazioni aggiornate a portata di mano da fornire al cliente.

Martina prosegue dicendo che per lei la cosa più importante è porre delle domande al cliente, piuttosto che spiegare tutto: questo aspetto è fondamentale per sviluppare insieme al cliente le idee su come agire.

Durante la conversazione, la sua amica le chiede dove riesce a reperire tutte le informazioni necessarie per il suo lavoro. Dopo aver riflettuto qualche istante, Martina risponde che oltre ai database, sempre molto utili, sono i suoi colleghi la fonte principale, non solo quelli del Learning Shop ma anche quelli di altri centri di orientamento al lavoro. La struttura che esiste a Berlino aiuta gli operatori della formazione a comunicare tra loro: a tale scopo è istituita una piattaforma contenente tutti i contatti degli enti di formazione pubblici di Berlino che possono essere usati dai clienti. Inoltre, è disponibile una pagina web interna in cui è possibile inserire informazioni rilevanti e notizie in materia di orientamento formativo. In più, una o due volte l'anno

vengono organizzate delle riunioni fra tutti gli operatori della formazione per consentire loro di entrare in contatto e conoscersi. Da qualche anno, questi incontri hanno permesso di migliorarne notevolmente la collaborazione.

Una fonte molto importante sono anche gli enti e i centri di formazione che inviano i propri volantini e brochure al Learning Shop. Quando sfogliano i volantini più datati, lei e i suoi colleghi chiamano regolarmente gli enti di formazione per sapere se offrono corsi nuovi. Grazie a questo stretto contatto, Martina riesce a mantenersi abbastanza aggiornata sui corsi offerti.

La sua amica le chiede anche come fa ad essere sicura che i clienti assimilino le informazioni e che le "usino nel modo corretto". Martina risponde alla domanda ridendo e dicendo che non può essere sicura che i clienti comprendano sempre tutte le informazioni che fornisce loro e che quindi, in questa situazione, mette in pratica il suo metodo di fare domande. Si tratta semplicemente di chiedere al cliente se ha bisogno di altre informazioni e se ha compreso tutto. Poi riassume tutte le informazioni con le sue parole e chiede al cliente se è questo ciò di cui hanno parlato. Sempre sorridendo, aggiunge che le piacerebbe avere uno strumento che permetta di capire fino a che punto il cliente abbia davvero "incorporato" le informazioni, ma questo ancora non è stato inventato. Forse è solo parte dell'esperienza nel campo formativo, per questo per un operatore più esperto potrebbe essere più facile capire quanto e fino a che punto il cliente abbia assimilato le informazioni. L'amica suggerisce a Martina di provare lei stessa a mettere a punto uno strumento simile.

Dopo aver parlato con la sua amica per un altro po' di libri, Martina esce dal caffè e torna a casa. Passa davanti al Learning Shop ancora aperto e con un cenno saluta i suoi colleghi del turno serale.

Domande e punti di discussione

- › In che modo aiutate i vostri clienti a trovare informazioni?
- › Discutete su come ottenere prima di tutto le informazioni.
- › Le strutture nella vostra regione vi sono di aiuto nel reperire le informazioni importanti?
- › Nel vostro centro avete metodi definiti per valutare il modo in cui i clienti gestiscono le informazioni ricevute, oppure vi basate sull'intuito? Come?
- › Come vi assicurate che nella sessione di orientamento fornita i vostri clienti comprendano le informazioni ricevute?

Il background

Per capire meglio l'idea alla base del Learning Shop e la struttura di Berlino, le pagine seguenti contengono alcune informazioni.

Il Learning Shop

L'obiettivo dei Learning Shop³ consiste nel promuovere l'interesse nella formazione e nell'istruzione fornendo consigli esperti e mostrando ai clienti come organizzare e pianificare un'istruzione e una formazione professionali. Il Learning Shop è stato concepito come un "negozio" e offre un'ampia serie di consulenze di persona e a distanza in merito a tutti gli aspetti relativi alla formazione professionale.

I principi con cui opera il Learning Shop consistono nel fornire orientamento:

- › in maniera indipendente dagli enti finanziatori
- › in forma anonima
- › in forma gratuita
- › in forma aperta ai gruppi target
- › durante i normali orari di ufficio

I centri forniscono assistenza di persona, al telefono e online (e-mail e chat).

Gli utenti dei servizi offerti dal Learning Shop comprendono:

- › persone in cerca di occupazione

- › lavoratori
- › immigrati
- › tirocinanti
- › allievi delle scuole superiori e studenti universitari
- › pensionati
- › dipendenti di piccole e medie imprese

I dipendenti del Learning Shop operano in qualità di agenti intermediari indipendenti tra coloro che cercano formazione e gli istituti e i centri che la offrono. I servizi possono essere adattati per soddisfare le esigenze del cliente e spaziano dall'offrire informazioni rapide sui corsi disponibili, fino ad un servizio di orientamento completo ed intensivo che comprende un'analisi delle competenze e/o pianificazione professionale.

Obiettivo principale dei consulenti è sempre l'individuazione di un percorso formativo adatto ad ogni singolo cliente. Nel Learning Shop vengono messi a disposizione strumenti per la ricerca di opportunità formative e domande online che i clienti possono utilizzare sia in maniera autonoma, sia servendosi dell'assistenza del centro. Inoltre, vengono offerti workshop individuali gratuiti su come presentare una domanda di impiego.

³ A Berlino ci sono tre Learning Shop: Learning Shop Neukölln, Learning Shop Am Ostkreuz e Learning Shop Pankow.

Oltre ad offrire questi servizi di orientamento personale, i Learning Shop offrono anche brevi sessioni di assistenza telefonica o per e-mail nonché consigli su determinati argomenti online tramite chat. Nei Learning Shop stessi vengono messi a disposizione dei computer per aiutare i clienti nella ricerca e nella preparazione di candidature e domande di lavoro scritte. Una vasta gamma di corsi, ad esempio in ricerca del lavoro, presentazione di candidature e target formativi, si affianca all'attività principale di consulenza.

Il Learning Shop Neukölln è finanziato dal Dipartimento per il Lavoro, l'Integrazione e la Condizione della Donna del Senato tedesco, dal Fondo Sociale Europeo e dal Centro per l'impiego di Neukölln. I Learning Shop sono stati istituiti nell'ambito del programma "Learning Regions – Providing Support for Networks" promosso dal Ministero federale dell'Istruzione e della Ricerca. gsub-Projektgesellschaft mbH opera in qualità di ente finanziatore del Learning Shop Neukölln.

Il sito dell'orientamento formativo di Berlino

(www.bildungsberatung-berlin.de)

A seguito della crescente domanda di servizi di orientamento di qualità, è nata l'esigenza di un'ottimizzazione dell'offerta e delle reti esistenti del panorama eterogeneo dell'orientamento professionale di Berlino. In collaborazione con l'Amministrazione del Senato per il Lavoro, l'Integrazione e la Condizione della Donna, nel 2005 il *kes-grouping*⁴ ha istituito due piattaforme: una informativa e di consulenza e una operativa integrata (extranet) per operatori di orientamento.

Il sito raccoglie e riunisce informazioni e dati sul mutevole e complesso panorama dell'orientamento professionale di Berlino con l'obiettivo di incrementare le informazioni accessibili ai clienti. Allo stesso tempo, la piattaforma offre uno strumento molto utile per l'aggiornamento degli operatori di orientamento. I contenuti del sito rappresentano una panoramica dei centri di orientamento professionale, centri di documentazione, strumenti di orientamento online e informazioni per diversi gruppi target come tirocinanti, studenti, persone in cerca di occupazione ecc.

Il panorama berlinese dell'orientamento formativo è dotato di un solido sistema online per documentare le consulenze. Tale struttura opera da una posizione indipendente, il centro per il coordinamento e la valutazione dei centri pubblici di orientamento formativo di Berlino (KES). Il servizio di orientamento svolto al Learning Shop viene

documentato in base a numerosi criteri, senza raccogliere dati personali come nome e indirizzo. Grazie all'uso di un numero identificativo è possibile raccogliere dati per ulteriori e successive consultazioni e aggiornamenti.

Il sistema pertanto serve a due scopi: fa da supporto durante il processo di orientamento come archivio di riferimento e come sistema ottimale di documentazione per un'analisi dettagliata e completa dei dati relativi al servizio di orientamento. Tale set di dati consente di operare un'osservazione a lungo termine sulle relazioni dei servizi di orientamento con la popolazione di Berlino. Evidenziando caratteristiche come appartenenza etnica, sesso, età e stato civile, è possibile risolvere problemi specifici.

I Learning Shop dispongono così di uno strumento di valutazione in grado di fornire un'assistenza e un'orientamento ottimale all'offerta formativa. Un'analisi effettuata sui dati della consulenza fornisce informazioni pratiche sul successo dell'orientamento fornito nei Learning Shop.

Per maggiori informazioni:

http://www.lnbb.de/fileadmin/Redaktion/LernNetz/Dokumente/Booklet_LNBB_2010_englisch_web.pdf
e
www.bildungsberatung-berlin.de

⁴ L'origine e il nome del gruppo derivano dal titolo del progetto pilota "Centro per il Coordinamento e la Valutazione (K.E.S) dei servizi pubblici di orientamento professionale del Land di Berlino" nato nel 2005. Dal 2007 il kes sviluppa e realizza progetti strategici. Il lavoro del kes si concentra su tre punti principali: coordinamento – valutazione – strutturazione.

CHI HA REALIZZATO GUIDE!

Guide! è stato realizzato dal gruppo
MetropolisNet e dal suo Network.
Siamo organizzazioni che lavorano per
promuovere l'inclusione sociale, il lavoro e lo
sviluppo urbano delle aree metropolitane

MetropolisNet EEIG

www.metropolisnet.eu

GUIDE! Contatti in Italia

CIOFS/FP

Via di San Saba, 14
Roma 00153

Telefono: 0039-06-5729911

Fax: 0039-06-45210030

Direttore

Angela Elicio

aelicio@ciofs-fp.org

Persona di contatto

Federica Ruggiero

fruggiero@ciofs-fp.org

Il presente progetto è finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.