

PNRR, Bisio (Vodafone) 'Occasione straordinaria anche sul piano delle competenze'



*"Il Recovery è un'opportunità straordinaria anche sul piano delle competenze". Lo ha detto **Aldo Bisio**, amministratore delegato di **Vodafone Italia**, intervistato dal vicedirettore del Corriere della Sera Daniele Manca insieme al Rettore della Bocconi Gianmario Verona in occasione del lancio della Vodafone Marketing Academy con SDA Bocconi. "È necessaria un'evoluzione dell'offerta formativa affinché gli investimenti abbiano un impatto sulla competitività del Paese".*

Programma di upskilling

*“Già da un paio d’anni Vodafone ha varato un grande piano di upskilling e reskilling, che coinvolge circa **3500 persone delle 6 mila di Vodafone Italia**. C’è bisogno di interpretare il mondo in una chiave molto più dinamica, molto più digitale, molto più liquida di quanto non fosse precedentemente”, ha proseguito.*

*“Con questa iniziativa coinvolgiamo **più di 300 persone che lavorano nel marketing e nel brand** per cercare di affrontare una grande fase di ammodernamento delle competenze professionali”, ha aggiunto Bisio. L’ambizione è diventare una scuola di marketing per tutti, e da qui anche il nome di “Accademia”*

“Noi siamo una società di servizi. L’esperienza dei clienti – quella che si chiama customer journey – diventa il prodotto – aggiunge – Da qui l’esigenza di capire e approfondire la conoscenza esperienziale dei nostri clienti, di comprendere in modo più profondo quello che muove le persone. Vogliamo costruire un nuovo libro di testo che però deve evolvere anno per anno”.

Bisio: ‘Siamo sommersi dai dati, bisogna saperli gestire’

*“Siamo sommersi di dati ma soprattutto generiamo dati ogni giorno, noi come cittadini. **Sulla nostra rete registriamo più un miliardo di transazioni ogni giorno, abbiamo circa 20 milioni di clienti che generano un miliardo di cambiamenti di stato sulla rete ogni singolo giorno**. Ci vuole – da una parte – una solida capacità di gestione dei dati. Dall’altra serve una chiave per interpretare le esperienze e le esigenze dei clienti”.*

“Coniugare questi due saperi, queste due scienze – quella del marketing e quella della data science – per noi è assolutamente fondamentale. Sono i due pilastri della nostra sfida in chiave competitiva ma soprattutto in chiave di conoscenza”, ha concluso.

<https://www.key4biz.it/pnrr-bisio-vodafone-occasione-straordinaria-anche-sul-piano-delle-competenze/360147/>