

Il nuovo paradigma di Workday: più «umane» che «risorse»

A partire dall'individuazione delle criticità dovute alla pandemia e le nuove esigenze dei lavoratori, la società leader delle applicazioni aziendali cloud per la gestione finanziaria e delle risorse umane, invita le aziende a cogliere l'occasione per trasformare la gestione HR

Quando si parla di «Risorse Umane» è facile scivolare nell'errore di porre l'accento sul primo termine e far restare nell'ombra il secondo. **Workday**, semplificando in estrema sintesi, mira a ribaltare la visione: perché solo se il termine «umane» si sente pienamente soddisfatto anche l'altro («risorse», appunto) potrà dare il meglio di sé.

Workday Inc. è una società leader delle applicazioni aziendali cloud per la gestione finanziaria e delle risorse umane: alla luce della pandemia, dei nuovi bisogni del mercato del lavoro e, soprattutto, capendo e analizzando le aspettative e le paure dei giovani che quel mondo del lavoro sono chiamati ad animarlo nei prossimi decenni, ha rafforzato la sua soluzione inclusiva, nata in cloud, basata sull'utilizzo massiccio del Machine Learning e dei dati.

A conferma della necessità di prestare sempre maggiore attenzione al sentiment dei dipendenti c'è lo studio commissionato da **Workday** all'istituto di ricerca internazionale Yonder che, lavorando su un campione di 17 mila lavoratori europei, ha evidenziato come la principale emergenza creata dalle dinamiche della pandemia sui luoghi di lavoro sia la mancanza di motivazione nei giovani under 35.

In Italia, in particolare, il lavoro da remoto ha stravolto le dinamiche abituali, chiamando a lavorare da casa il 65% dei dipendenti, una cifra più alta rispetto alla media dei mercati europei monitorati. A risentirne è stata, in particolare, la motivazione tra i più giovani, con quasi la metà dei lavoratori tra 18 e 34 anni che hanno dichiarato di aver subito un blocco motivazionale. La metà degli intervistati (49%) ha anche dichiarato di percepire minori opportunità nell'acquisire nuove responsabilità, un dato relativamente importante rispetto alla media europea (38%). Anche in questo caso sono i giovani ad aver pagato maggiori conseguenze, con il 54% della fascia 18-34 anni che ha avuto la percezione di vedere sgretolarsi opportunità di carriera e l'acquisizione di competenze.

La conseguenza delle incertezze e delle carenze registrate in questi mesi hanno portato il 22% degli intervistati in Italia a dire che cercheranno un nuovo datore di lavoro nei prossimi 12 mesi, ma se si guarda, ancora una volta, ai dipendenti tra 18 e 34 anni, la percentuale sale al 33%. Al primo posto tra le

motivazioni per cambiare lavoro c'è la ricerca di formazione e opportunità migliori, seguite dal pensiero di non stare ricevendo il giusto

compenso, la ricerca di un ruolo più interessante o più alto e il desiderio di un cambio di carriera.

Di fronte a questa situazione, secondo **Workday** le aziende sono chiamate a cogliere il sentiment dei propri dipendenti avvalendosi di soluzioni tecnologiche datadriven fortemente innovative e liberandosi dai vincoli del modello ERP del passato. «Alcune criticità relative alla forza lavoro che erano già conclamate - spiega **Federico Francini, Country Manager Workday Italia** - si sono amplificate con la pandemia,

facendo emergere un'urgenza e una priorità maggiore da parte delle risorse umane. In **Workday** abbiamo una soluzione che è in grado, da un lato, di offrire alla forza lavoro una quantità di dati in tempo reale, di feedback continui, di prospettive personali... che fanno sentire i dipendenti coinvolti in una realtà che si occupa e preoccupa per loro anche a lungo termine. Dall'altro l'applicazione **Workday** introduce anche un elemento di agilità organizzativa, dando all'azienda quella flessibilità e quella prontezza di risposta indispensabile per rispondere ai cambiamenti presenti e futuri».

«Bisogna capire - gli fa eco **Livio Livi, direttore H.R. Relazioni Esterne e BMS di Q8** - che più che il mondo del lavoro sono cambiate le persone, sempre più immerse in un mondo digitale che le porta a interagire con la realtà circostante in maniera differente rispetto al passato. Di conseguenza, l'approccio di chi deve organizzare il lavoro di tutti (ovvero l'HR) deve partire dal presupposto che, mai come in questo momento, le persone hanno la necessità di **sentirsi ascoltate in maniera individuale**, capite, per esempio, nei loro bisogni di bilanciare vita familiare e lavoro. Il rapporto che si riesce ad avere tra le persone tramite **Workday** fa gioco proprio a questo». Perché **Workday** è una soluzione digitale introdotta all'interno dell'azienda ma, soprattutto, è un tassello che si inserisce nel contesto di una cultura digitale globale che sta cambiando. «**Workday** - prosegue Francini - è scritta, anche, proprio per ridurre il cosiddetto *acceleration gap*, ovvero



il divario tra la velocità con cui l'azienda è in grado di funzionare a regime e i cambiamenti dettati dal mercato in funzione di nuove variabili che si possono presentare».

È oggi il momento di agire e di cogliere le opportunità del cambiamento» – sottolinea da parte sua **Riccardo Donelli, People & Organization, Partner, PWC**. «Vi sono tre aspetti strategici che vanno considerati dalle organizzazioni con una visione sul futuro: l'ascolto delle persone non può più essere fatto con strumenti vecchi ma deve avvenire sfruttando la quantità incredibile di dati a disposizione; la vicinanza alle persone, che però deve portare a delle azioni concrete, e, infine, l'aggiornamento organizzativo che si adatta alle esigenze delle persone. Le aziende di diverse dimensioni e settori ci chiedono di impostare un nuovo modo di lavorare ed è necessario andare in profondità.»



Federico Francini, Country Manager **Workday Italia**



Livio Livi, direttore H.R. Relazioni Esterne e BMS di **QS**



Riccardo Donelli, People & Organization, Partner, **PWC**