

gruppodebona.it

gruppodebona magazine

numero 1 - Aprile - Maggio 2008

NUOVA
LANCIA DELTA
L'aristocratica
classe media



highlights

NUOVO
FIORINO
Il cargo veloce



IN ARRIVO!
Vieni a prenotarla
nei nostri showroom!
Scopri come a pagina 6



Nuova Abarrrrrth

Rinasce e stupisce! La piccola cattiva, il mito mai dimenticato
è tornato ad accendere le fantasie sportive

Abarth

Il ritorno di un mito.
Punto e 500 le nuove
fiamme

Padova

Nuovo punto vendita
Seat e Volkswagen
veicoli commerciali

Ginevra 2008

Grandi novità dal
salone svizzero, le
nuove evoluzioni

First Class

L'usato garantito
da una grande
organizzazione



INNOVATIVI e VINCENTI

“Vi ho trovati ben strutturati, agili, e già molto orientati al servizio e al miglioramento continuo”, così ha esordito il dott. Claudio Frasson quando lo abbiamo intervistato

dopo qualche tempo che la sua azienda, la società GRUEMP di Padova, aveva intrapreso un'attività di formazione presso di noi. Proseguendo con l'approfondimento del tema abbiamo ricavato interessanti spunti che vogliamo condividere con i nostri collaboratori, la nostra clientela e il più vasto pubblico che avrà l'opportunità di leggere il nostro magazine.

Dott. Frasson, com'è stato l'impatto con la nostra azienda? Davvero molto interessante, devo proprio dire che fin dai primi momenti in cui ho visitato una delle vostre "concessionarie" avevo percepito una bella sen-

sazione di laboriosità, espressa tra l'altro, in ambienti molto gradevoli. Poi, come ho chiarito fin da subito con il dott. Gaetano De Bona, per me era importante verificare se il vostro gruppo considerava veramente l'investimento sullo sviluppo delle risorse umane, come uno dei fattori più importanti per dare seguito a tutti i vari progetti di consolidamento e crescita dell'organizzazione. Dall'iniziale analisi dei bisogni formativi abbiamo in effetti riscontrato che al di là dei "validissimi marchi" che rappresenta, il GRUPPO DE BONA possiede un notevole Know How di servizi per lo svolgimento dei quali è però considerata determinante la professionalità dei collaboratori.



Claudio Frasson
Formatore e coach
Titolare e team leader GRUEMP

A distanza di sei mesi dall'inizio del vostro intervento quali valutazioni state facendo?

E' presto per parlare già di verifica dei risultati, però si può senz'altro dire che le persone finora coinvolte hanno dimostrato molto interesse per le attività che abbiamo proposto loro e questo non dipende solo dalla validità delle nostre modalità di intervento o dall'abilità dei nostri formatori. Nella formazione, nella consulenza e nel coaching, la motivazione del committente e soprattutto dell'utente che usufruisce del servizio è poi fondamentale per far sì che vengano messi in pratica i concetti appresi. Qui alla De Bona mi pare che ci sia la voglia di far bene, di non perdere tempo, di essere innovativi e vincenti.

Allora per i manager del nostro Gruppo e per voi è più facile intervenire in un contesto del genere?

Credo sia opportuno chiarire che ogni azienda ha una propria storia, un'identità, una sua cultura ed è sempre costituita da un "sistema" molto complesso di processi di lavoro, attività e relazioni che sono rivolti all'interno dell'organizzazione affinché possa esprimersi al meglio nei rapporti esterni con la clientela. Mettere a punto, rinforzare, consolidare, innovare sviluppare e proporre un servizio non è mai una cosa facile, né per Gruemp né per la De Bona. Ci sarà bisogno di tempo per verificare "in itinere" le particolari sensibilità che emergono e per sintonizzarsi con esse.

E' normale che le aziende facciano investimenti nella formazione?

Inizia ad essere abbastanza frequente, e in questo caso, la famiglia De Bona dimostra di essere al passo con i tempi e lungimirante. Molte aziende del nord-est, però, pensano ancora solo alla formazione o alla consulenza di tipo tecnico; pochi imprenditori hanno capito l'importanza di sviluppare il "capitale umano" delle proprie organizzazioni. Qui invece si desidera favorire nel personale (di management, di supporto, di back e front office o di assistenza) anche l'acquisizione di quelle competenze più "soft" di tipo realizzativo, gestionale e relazionale che invece, al giorno d'oggi, sono indispensabili per muoversi nel mondo del lavoro e nel mercato, soprattutto se lo si vuol fare a livelli di eccellenza.



FIGLIOLLO SULLE STRADE DI CORTINA D'AMPEZZO CON UNA PANDA 4X4 TARGATA GRUPPO DE BONA

A more riflessivo. Quello di Rosario Fiorello per Cortina d'Ampezzo è sbocciato grazie alla moglie Susanna Biondo, che proprio nella Regina delle Dolomiti ha trascorso le sue vacanze sin dall'infanzia. A raccontarlo è lo stesso show man, in occasione della consegna di una Fiat Panda 4x4 da parte del Gruppo De Bona. «La madre di mia moglie - racconta Fiorello - è di Venezia. A Cortina loro sono di casa ormai da anni. Il mio amore per queste montagne è nato grazie a lei, che me le ha fatte conoscere. Così è nato il mio amore per le Dolomiti».

Anche Fiorello ama trascorrere nella cittadina ampezzana alcuni giorni di riposo, lontano da microfoni e telecamere. Anche quest'anno, tra una trasferta e l'altra, si è concesso qualche discesa sugli sci e delle passeggiate in Corso Italia insieme alla famiglia. Per girare tra le strade di Cortina, Fiorello ha deciso di utilizzare una Fiat Panda 4x4 bianca "targata" Gruppo De Bona. Fiorello è testimonial del marchio torinese dal maggio del 2006, quando portò su tutte le principali reti radiotelevisive la nuova campagna pubblicitaria, composta da una serie di mini storie a puntate.