



HR TREND TALKS

Human Data Transformation

28 novembre 2019 TORINO

Policy speaker

Panoramica

L'HR Trend Talks (<https://www.hrtrendtalks.com>) è una giornata di condivisione di **idee e contenuti** sul futuro dell'HR e sulle tecnologie digitali che ne supportano crescita e sviluppo.

Approccio

La seconda edizione di **HR Trend Talks** affronta la **Human Data Transformation** in un universo, quello HR, attraversato da importanti cambiamenti tecnologici.

La mole di informazioni rese disponibili dai sistemi informativi ha assunto nel corso del tempo dimensioni importanti. Per poter sfruttare questa risorsa crescente e affrontare la **sfida della digitalizzazione** occorre **estrarre intelligenza dai dati, interpretarla e renderla accessibile**.

Gli speaker dell'evento sono invitati a pensare ai loro interventi seguendo il binomio **dato-contenuto** e a lasciarsi ispirare da domande quali:

- Dal Recruiting al Job System, dalle Performance alla Compensation, dalla gestione dei Piani formativi alle Soft Skill: come è possibile trasformare il dato in un contenuto interpretabile che sia finalizzato a creare reale valore all'interno dei processi HR?
- In quale modo i dati possono influire su decisioni e comportamenti che migliorino i processi HR e incentivino l'efficacia del lavoro delle persone?

Obiettivi

Il taglio dell'evento sarà formativo.

Interessa in particolare come *Aziende, Accademici e Vendor* rispondono alle sfide emerse con la trasformazione digitale, non citando apertamente prodotti o servizi propri, quanto immergendosi in un terreno di condivisione di conoscenze e visioni sul futuro della professione. E' importante che tutti i partecipanti escano dalla sala ricchi di un **bagaglio di contenuti forte**, sapendo qualcosa in più, avendo spunti e idee a partire dall'esperienza degli speaker.

Durata

Gli speech non dovranno superare la **durata massima di 10 minuti (+ 5 minuti per eventuali Q&A).**

Sono previste **tre triadi (Aziende, Academy, Vendor)**, ognuna delle quali incarna un punto di vista specifico rispetto alla **Human Data Transformation**.

Contenuti promozionali

Gli speaker **non dovranno promuovere direttamente i loro prodotti**: il focus dovrà sempre essere sull'evoluzione dell'HR abilitata dal digitale.

Non sono ammesse promozioni dirette. In caso di dubbi seguiamo questa linea generale: se al pubblico uno speech o una parte di esso potrebbe ricordare uno spot pubblicitario, allora probabilmente lo è.

Aziende

Gli speech dovranno raccontare come stanno evolvendo i processi HR in azienda per rispondere ai cambiamenti introdotti dalla rivoluzione digitale. **La struttura, quindi, sarà quella di un case-study.**

Queste saranno alcune domande utili per orientare la creazione dell'intervento.

1. Con quali sfide ci si è dovuti confrontare?
2. In che modo si sono innovati i processi HR in azienda? Prendere in considerazione un solo processo aziendale (es: recruiting, training, development, retention). Per integrare il proprio discorso è possibile raccontare la trasformazione di un ulteriore processo, ma è importante che sia chiaro qual è il processo principale su cui verte l'intervento.
3. Quali azioni sono state messe in campo e perchè?
4. Quali resistenze sono emerse?
5. Quali risultati sono stati ottenuti?

6. Cosa non ha funzionato? (riferimento: concetto di “*post mortem*”¹)

Academy e Vendor

Gli speech devono seguire **due linee guida, ispirate alle logiche dei dipartimenti di Ricerca & Sviluppo.**

1. Visione sull’oggi: come credi che il digitale *oggi* impatti sull’HR?
2. Visione a lungo termine: come si configurerà l’HR del *futuro* nell’esperienza e nella strategia di cui sei portavoce? Qual è la roadmap di sviluppi (Vendor) e la visione accademica sull’HR Tech (Academy)?

1

Il **postmortem** è un’analisi critica di un progetto del passato, nel tentativo di capire dove siano stati commessi errori e dove possano essere evitati.

L’analisi non è solo interessante dal punto di vista storico; per fare in modo che non sia solo un’estesa autocelebrazione, le indicazioni e riflessioni che ne derivano devono essere fatte proprie e applicate ai nuovi progetti.

Non è abbastanza dire: “Abbiamo capito quello che è andato male. Non lo faremo di nuovo”; è necessario intraprendere passi concreti per prevenire errori o sbagli possibili per il prodotto successivo. La pianificazione dello sviluppo software nel progetto successivo dovrebbe includere misure affinché si impedisca all’anomalia di ripresentarsi.

In un semplice documento, ogni partecipante dovrebbe rispondere a queste tre domande:

1. Che cosa è andato bene?
2. Che cosa è andato male?
3. Che cosa si dovrebbe fare per il futuro?

Testi e link di riferimento:

"Game Architecture and Design: Learn the Best Practices for Game Design and Programming" Andrew Rollings, Dave Morris

<https://www.amazon.com/Game-Architecture-Design-Andrew-Rollings/dp/0735713634>

<http://gamedesigntools.blogspot.com/2010/06/postmortem.html>

<http://www.pearltrees.com/mmhrehovcsik/postmortem/id4856785#I555>