

Studenti cuore dell'Università. SRM il progetto pilota dell'ateneo di Pavia

Pavia, 9 e 10 febbraio

Dipartimento di Ingegneria e Sistemistica dell'Università degli Studi di Pavia - Aula Seminari

COMUNICATO STAMPA

Si chiama "Student Relationship Management" ed è l'applicazione integrata di un sistema di CRM attualmente al vaglio dell'Università degli Studi di Pavia per migliorare gli standard qualitativi dei servizi e le relazioni con i suoi oltre 20mila studenti. Un corso di formazione della GastoneSchool per operatori, funzionari e dirigenti con l'obiettivo di ottimizzare lavoro di team, apertura, dialogo e tecnica.

Pavia, 16 febbraio 2009 - Gli studenti realmente "al centro" dell'università. E' con questa mission che l'ateneo pavese ha dato il via a un progetto unico in Italia per integrare la comunicazione e i servizi destinati ai propri iscritti. Punto qualificante del programma di SRM Student Relationship Management - ideato, promosso e sostenuto dal Rettore per l'Organizzazione e il sistema informativo prof. Mario Stefanelli - la partnership con grande Service Parma che ha messo a disposizione il prodotto leader del mercato GastoneCRM e i servizi della GastoneSchool.

Il 9 e 10 febbraio, l'aula seminari del Dipartimento di Ingegneria e Sistemistica dell'Università degli Studi di Pavia, ha ospitato il corso di formazione della GastoneSchool tenuto dai docenti Salvatore Licata ed Enrico De Marchi al quale hanno partecipato dirigenti, funzionari e dipendenti della prestigiosa Università.

Ideato e costruito analizzando le necessità degli studenti e le priorità dell'Ente ha affrontato tre grandi temi per la realizzazione di un processo integrato di comunicazione: team, applicazione, tecnica.

A loro volta, trasparenza, dialogo e apertura sono le linee guida del progetto pilota "SRM" dell'Università pavese che punta a sfruttare tutte le tecnologie più moderne e le filosofie Web/Enterprise 2.0 per far compiere un salto di qualità ai propri servizi, a cominciare da quelli "relazionali" con la "popolazione-studenti". Una vera e propria svolta nel modo di intendere e di attuare la comunicazione, passando dalla consueta modalità *pull* quindi "dall'istituto a tutti gli studenti", a una moderna ed efficiente modalità *push*, dove il dialogo è "uno-a-uno", dall'università al proprio studente, anzi, "quello" studente.

Il progetto dell'ateneo è quello di superare il processo "top down" per adottarne uno decisamente "botton-up": non più quindi 20 mila "numeri di matricola" ma, al contrario, 20 mila "studenti-clienti" con distinti e personalissimi bisogni, aspirazioni, idee. Una sfida all'interno della quale il sistema di Customer Relationship Management diviene uno degli strumenti cardine.

Nella full-immersion di due giorni, i docenti della Gastone School hanno analizzato in aula le problematiche di lavoro di gruppo e partecipazione agli obiettivi, declinato i principi cardine del giornalismo, le "regole del gioco" dei mass-media, i nuovi linguaggi e, ancora, con un approccio marcatamente *problem solving* e fortemente personalizzato secondo le esigenze dell'ateneo, si sono affrontate le dinamiche di *governance*, di relazione e di comunicazione sia interne e sia esterne.