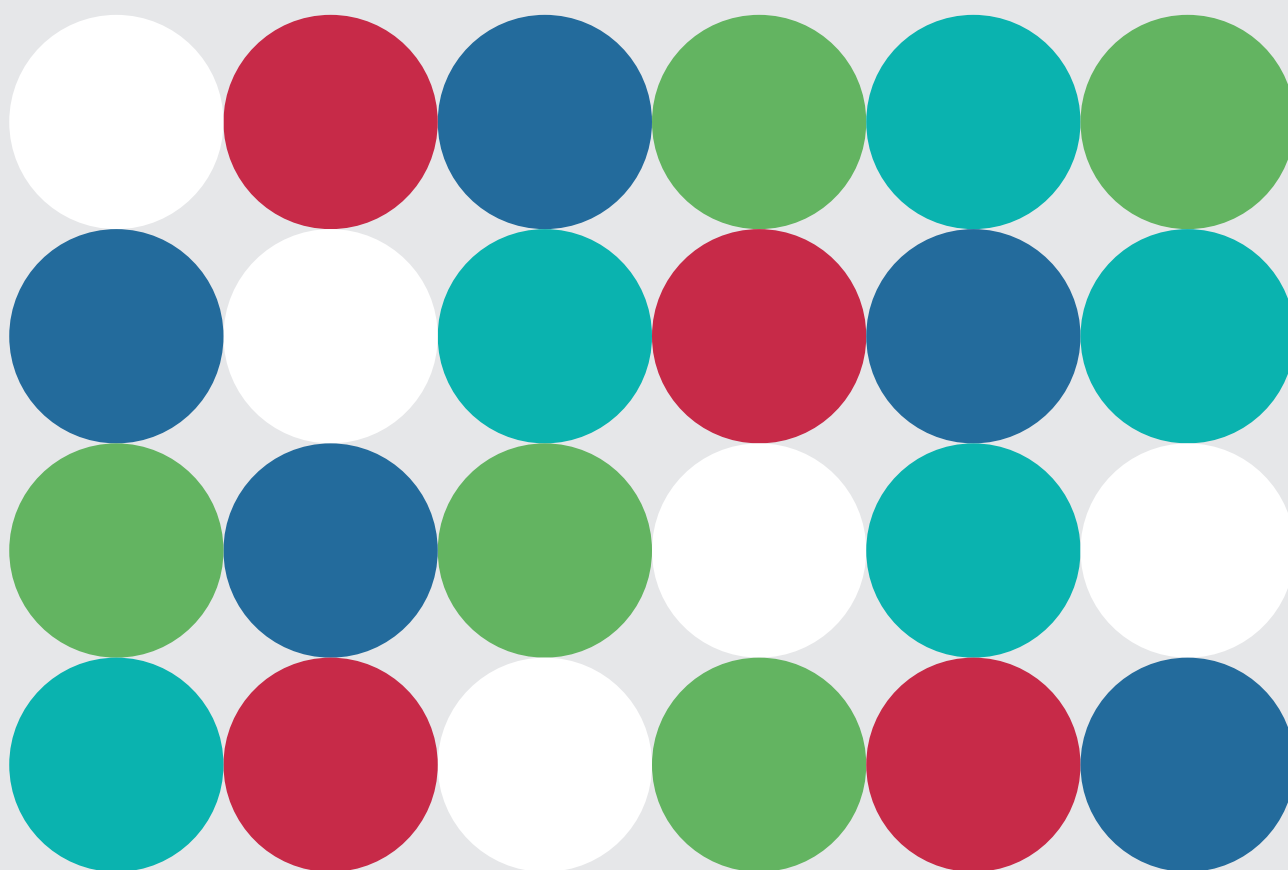


Carta dei **valori**

di UNIS&F S.C.A R.L.





Premessa

La Carta dei Valori (di seguito Carta) di Unindustria Servizi e Formazione Treviso Pordenone (di seguito UNIS&F) si pone come obiettivo di identificare, declinare e armonizzare i comportamenti organizzativi di tutti i collaboratori nei confronti dei Clienti e degli stakeholder di UNIS&F.

La Carta orienta la governance e impronta i comportamenti dei membri dell'organizzazione attraverso la condivisione di valori comuni, che costituiscono il fondamento del metodo di lavoro e organizzativo, applicati al fine di gestire le continue sfide che la crescita e il contesto esterno impongono.

La Carta costituisce la "bussola" per l'azione di tutti i collaboratori e rappresenta l'identificazione di una base comune di valori e di comportamenti in cui riconoscersi.

Tale Carta è il frutto di un impegno collettivo. Infatti, in un'ottica inclusiva e di confronto, alla sua stesura hanno partecipato, oltre alla Direzione e un gruppo ristretto di collaboratori, definito "cabina di regia", i referenti di area e alcuni collaboratori che, per l'attività svolta, si riteneva potessero contribuire significativamente, i quali, a loro volta, hanno fornito il loro apporto basandosi sugli input, le sollecitazioni e le segnalazioni provenienti dall'intera popolazione aziendale.

Destinatari e ambito di applicazione

I destinatari della Carta sono i membri degli organi sociali, i dipendenti e i collaboratori esterni. Ciascuno di essi, infatti, agisce in nome e nell'interesse di UNIS&F, indipendentemente dalla qualificazione giuridica del rapporto. Per questo i destinatari sono tenuti a osservare e far osservare le prescrizioni contenute nella presente Carta. Tutti i collaboratori devono agire coerentemente con i valori di seguito enunciati, dimostrando nei comportamenti quotidiani l'importanza che i medesimi hanno per preservare oggi l'organizzazione e per garantirne lo sviluppo domani.





Responsabilità

Responsabilità in relazione al personale di UNIS&F

Ogni collaboratore è importante per la struttura e la responsabilità comporta l'esserne consapevoli e il farsi carico del proprio modo di agire. Responsabilità significa per UNIS&F assumere un atteggiamento di fiducia verso le persone, affidando loro degli incarichi e dei ruoli perché si riconoscono in esse delle competenze e delle abilità.

Essere responsabili verso i propri colleghi significa rispettare le regole aziendali affinché ognuno possa diventare un modello di riferimento per l'altro e viceversa, dare il massimo per il raggiungimento degli obiettivi definiti di comune accordo con la Direzione nella consapevolezza che ognuno, nessuno escluso, può e deve concorrere all'ottenimento dei risultati, non solo economici, necessari a garantire la sicurezza dell'organizzazione e ancor più a favorirne la crescita.

Essere responsabili significa altresì essere in grado di fornire la risposta giusta e offrire una soluzione ai problemi che sorgono, ma ancor più essere disponibili al confronto con i collaboratori. Tutto ciò genera credibilità, sicurezza, reciprocità, elementi che a loro volta concorrono alla creazione di stabili relazioni di fiducia.

Essere responsabili significa anche "sradicare" atteggiamenti non positivi, quale ad esempio: **"è sempre colpa di qualcun altro"**.

Comportamenti e atteggiamenti

PENSO di essere il membro dell'equipaggio di una nave e non il proprietario di una piccola barca.

ASCOLTO le direttive della Direzione e dei responsabili dei servizi.

FACCIO la mia parte affinché gli altri possano compiere al meglio la loro e non siano costretti a fare di più.

MI COORDINO con le/i colleghe/i per evitare duplicazioni e perdite di tempo che generano dei costi.

PREDILIGO lo scambio di persona alla mail.

MANTENGO un occhio attento verso le/i colleghe/i per percepirne i disagi e aiutare a superarli.

ASCOLTO le esigenze delle/i colleghe/i e cerco sempre di dare una risposta concreta ed esaustiva in breve tempo, per un servizio efficiente e sostenibile nel lungo periodo.

AFFRONTO apertamente i problemi con l'intento di risolverli.



_____ **RIFUGGO** “le voci di corridoio” e i pettegolezzi, verificandone la fondatezza.

_____ **CHIARISCO** le incomprensioni nel momento in cui si creano onde evitare strascichi che possono compromettere le relazioni interne e verso clienti e fornitori.

_____ **ASSEGNO** i compiti e gli incarichi secondo criteri oggettivi e meritocratici.

_____ **FORNISCO** indicazioni precise sul modo di agire e offro e raccolgo feedback in itinere e al termine del progetto.

_____ **MI ASSUMO IL MERITO** del successo, ma anche dell’insuccesso di un progetto.

_____ **CREO** momenti di condivisione e di scambio di idee perché la responsabilità ha come premessa il sentirsi parte di una squadra.

Responsabilità in relazione ai clienti

Essere responsabili significa soddisfare al meglio le aspettative dei clienti in termini di attese e di fabbisogni, fornire delle soluzioni in linea con le esigenze e le richieste, tenendo sempre presente che ogni azione individuale è considerata dal cliente un’azione di UNIS&F. La tempestività nel fornire risposte e nel predisporre le offerte è un elemento di forte responsabilizzazione verso i clienti, ma anche verso l’organizzazione interna.

Comportamenti e atteggiamenti

_____ **ASCOLTO** le esigenze del cliente e cerco sempre di fornire una risposta concreta ed esaustiva in breve tempo, anche coinvolgendo i colleghi, per un servizio efficiente e sostenibile.

_____ **USO** un linguaggio semplice e adatto al mio interlocutore, propongo esempi per favorire la comprensione e mi accerto che il mio interlocutore abbia compreso quanto volevo trasmettere.

_____ **AVANZO** proposte in linea con le richieste e adeguate al tipo di cliente.

_____ **ACCOMPAGNO** il cliente in tutto il percorso che decide di intraprendere con UNIS&F.

_____ **STIMOLO** il feedback circa la soddisfazione per le attività fruite in un’ottica di miglioramento continuo.

_____ **SONO CONSAPEVOLE** che nel rapporto con il cliente ho la responsabilità di rappresentare UNIS&F e per questo fornisco risposte chiare, competenti e puntuali.

_____ **COLTIVO** un rapporto di fiducia con il cliente tramite visite aziendali, contatti diretti, offerte mirate, feedback e follow up e una negoziazione personalizzata.

_____ **AGGIORNO** le mie competenze per colmare eventuali carenze e fornire in tal modo proposte di qualità sempre maggiore e al passo con le richieste del mercato.

Responsabilità in relazione ai fornitori, ai partner e al territorio

Fondamentali sono la volontà e la capacità della nostra organizzazione di valutare la professionalità, le aspettative e gli impegni di tutti i fornitori e i partner che collaborano con i loro sforzi e contributi al perseguimento degli obiettivi di eccellenza di UNIS&F. Ciò si esplicita nel rispettare scrupolosamente il ruolo e gli obiettivi della nostra organizzazione nei confronti dei fornitori, senza mai venire meno alle prerogative e alle responsabilità individuali che la gestione di tali rapporti comporta. Assumono, pertanto, importanza “le regole di ingaggio” dei fornitori che devono far prevalere gli interessi di UNIS&F e non quelli personali.

Verso il territorio UNIS&F ha la responsabilità di essere “un faro” che guida le scelte dei clienti informando sulle novità, evidenziando le tendenze e le opportunità anche economiche che i clienti possono cogliere, creando occasioni di approfondimento su tematiche specifiche per sensibilizzare i propri interlocutori.

Comportamenti e atteggiamenti

_____ **RICERCO** nuovi fornitori e partner utili a sviluppare proposte innovative.

_____ **COINVOLGO** i fornitori e i partner fin dalla fase di progettazione, valorizzando il loro apporto per poter garantire al cliente un servizio di elevato valore.

_____ **TRASMETTO** ai fornitori e ai partner in maniera completa le informazioni necessarie a espletare l’incarico richiesto verificando la corretta comprensione delle stesse.

_____ **ACCOMPAGNO** i fornitori e i partner segnalati da UNIS&F presso il cliente, presentandoli e verificando la compatibilità.

_____ **COORDINO** le attività garantendo unitarietà di azione nei confronti del cliente qualora si stia lavorando a un progetto articolato che preveda l’intervento di più fornitori e partner.

_____ **CREO** occasioni di scambio con i fornitori e i partner per valutare l’efficacia dell’intervento e per cogliere spunti di miglioramento.

_____ **SENSIBILIZZO** i miei interlocutori e i soggetti operanti sul territorio attraverso convegni, eventi, newsletter o altre iniziative simili.

_____ **RINNOVO E DIVERSIFICO** costantemente la proposta formativa e culturale di UNIS&F.

_____ **CONDIVIDO** con Assindustria Venetocentro e altre realtà del territorio partnership, collaborazioni, iniziative e progetti.



Professionalità

Professionalità in relazione al personale di UNIS&F

Essere professionali significa fornire ai propri collaboratori delle risposte nel rispetto dei tempi con coerenza e serietà, nonché essere in grado di organizzare le proprie attività in modo autonomo, con competenza e proattività.

La professionalità si manifesta anche nel risolvere i problemi in modo veloce e coerente rispetto alle attese, oltre a essere in grado di saper ascoltare ogni persona con attenzione, creando un dialogo "alla pari" idoneo a favorire la circolazione delle idee e lavorare per lo stesso obiettivo.

L'empatia, la riflessione, lo spirito critico, l'autovalutazione e il rifiuto dell'autoreferenzialità sono condizioni fondamentali per svolgere al meglio il proprio lavoro nell'interesse generale di UNIS&F.

Comportamenti e atteggiamenti

———— **ASCOLTO** senza interrompere e mi accerto di aver compreso l'esigenza della/ del collega e, in base alla situazione lavorativa, offro spiegazioni, indicazioni, soluzioni e, se necessario, supporto operativo.

———— **RECEPISCO** con cortesia e positività le richieste del/della collega e mi attivo per rispondere in tempi ragionevoli.

———— **ACCOLGO** i consigli e le indicazioni del/della collega e ne discuto assieme in maniera costruttiva, arrivando a individuare soluzioni che migliorino il mio modo di operare, riducendo operazioni non necessarie e quindi contenendo i costi.

———— **TRASMETTO** nei tempi concordati le consegne e/o le informazioni necessarie al/alla collega in modo che il lavoro proceda senza interruzioni, con l'obiettivo di servire in maniera uniforme e continuativa il cliente.

———— **CHIEDO** spiegazioni al/alla collega per avere una visione chiara e completa della situazione al fine di svolgere in modo completo e responsabile il mio lavoro.

———— **COLLABORO E AIUTO** il/la collega qualora lo/la vedo in difficoltà nello svolgimento delle sue mansioni.

———— **PRESTO ATTENZIONE** al clima aziendale per comprenderne le necessità globali e del singolo individuo.

Professionalità in relazione ai clienti

Significa adottare un comportamento coerente e uniforme, dando una risposta univoca e competente, assumendosi la responsabilità di quanto promesso in termini di qualità del servizio e tempi stabiliti. La Direzione si impegna a mantenere e aggiornare in continuità il bagaglio di competenze professionali richieste per servire al meglio i propri clienti.

Significa altresì dialogare in modo efficace col cliente per costruire un rapporto di fiducia e collaborazione reciproche per coglierne le richieste e approfondire i bisogni. Vogliamo porre l'interesse del cliente davanti a qualsiasi altro interesse privato, pur mantenendo un'indipendenza di giudizio. La professionalità verso i clienti si espleta anche nel mantenere riservate le informazioni private e proprietarie delle organizzazioni che si rivolgono a noi ed esimersi da qualsiasi considerazione personale sugli individui operanti in tali organizzazioni.

Comportamenti e atteggiamenti

———— **ASCOLTO** con attenzione le richieste del cliente.

———— **OFFRO** risposte rapide, concrete ed esaurienti in maniera unitaria, anche coinvolgendo le/i colleghe/i laddove le richieste non riguardino la mia area di riferimento.

———— **VISITO** periodicamente i clienti al fine di raccogliere costantemente i bisogni/ le necessità e favorire il consolidamento di un rapporto fiduciario.

———— **CREO** occasioni di scambio con i clienti per valutare l'efficacia degli interventi e per cogliere occasioni di miglioramento.

———— **FAVORISCO E PROMUOVO** la partecipazione dei clienti a iniziative innovative di UNIS&F.

Professionalità in relazione ai fornitori, ai partner e al territorio

Significa stabilire un canale di dialogo efficace con i fornitori e i partner e il territorio nel suo complesso per costruire un rapporto che superi la collaborazione da contratto e conduca a migliorare i progetti e a ideare nuove soluzioni a favore dei clienti.

Comportamenti e atteggiamenti

———— **INDAGO** con attenzione e costanza il territorio per riuscire ad anticipare le tendenze o indirizzare l'evoluzione delle stesse.

———— **STABILISCO** relazioni di partnership con i fornitori e partner affinché si superino iniziali logiche individuali e si arrivi a aderire in pieno alle modalità di lavoro e ai valori di UNIS&F.

———— **MI CONFRONTO**, in particolare con i fornitori e partner di fascia alta per provare assieme ad "immaginare il futuro".

———— **INCENTIVO** i fornitori e i partner a dare sempre il meglio proponendo e coinvolgendoli in iniziative ritenute di interesse per la loro crescita.

———— **STIMOLO** la reciproca conoscenza tra i fornitori e i partner in ottica di collaborazione e di arricchimento al fine di proporre nuove opportunità ai clienti.

———— **FAVORISCO** occasioni di scambio con i fornitori e i partner per raccogliere feedback sulle attività assegnate.



Collaborazione

Collaborazione in relazione al personale di UNIS&F

Per collaborazione in relazione al personale di UNIS&F intendiamo la condivisione di informazioni e conoscenze per produrre valore e legittimare l'identità professionale di ciascuno, adottando una logica di lavoro trasversale che supera la divisione in servizi e aree.

Per collaborazione si intende anche il "sapere delegare", inteso non come un mero esercizio di alleggerimento dei carichi di lavoro e/o delle relative responsabilità, ma quale strumento indispensabile per ottimizzare i processi e l'offerta di servizi.

Comportamenti e atteggiamenti

———— **FACCIO** "check in" quando arrivo in Ufficio, cioè "mi sintonizzo" con la realtà in cui entro.

———— **SALUTO** i/le colleghi/colleghe con il sorriso.

———— **CREO** e **GESTISCO** relazioni interpersonali prestando attenzione al lato umano delle persone e cercando di pormi sempre in modo garbato.

———— **VALUTO** i silenzi e stimolo un dialogo.

———— **ACCOLGO** i/le nuovi/e colleghi/colleghe in maniera positiva e amichevole, favorendo un loro proficuo e rapido inserimento in azienda.

———— **SONO** equilibrato e sereno nell'autovalutazione e nella valutazione degli altri.

———— **CREO** momenti "leggeri" che aiutino a stemperare le tensioni e a creare benessere in azienda e con i clienti e i fornitori.

———— **ORGANIZZO** momenti di scambio e aggiornamento reciproco con le/i colleghe/i della mia area di riferimento e anche delle altre aree aziendali in ottica di maggior conoscenza ed arricchimento.

———— **FACCIO** "check out" al termine della giornata di lavoro, ossia valuto serenamente il lavoro svolto e cerco di individuare almeno un aspetto positivo del mio agire quotidiano e un impegno di miglioramento.

Collaborazione in relazione ai clienti

Significa offrire al cliente il mio impegno e un'organizzazione efficiente ed efficace per soddisfare i suoi bisogni. Ciò richiede di stabilire un canale di dialogo e confronto continuo per costruire un rapporto di fiducia e collaborazione reciproche volto a sostenere al meglio il business dei clienti.

Vogliamo ascoltare e comprendere le necessità di ciascun cliente, in modo da proporre adeguate risposte professionali sotto forma di servizi, effettuando

un'azione di follow-up sulle attività erogate con l'obiettivo di fidelizzarlo maggiormente.

Comportamenti e atteggiamenti

———— **PRESTO** costante attenzione alle richieste del cliente e cerco di soddisfarle favorendo la conoscenza delle risorse offerte e dei vincoli imposti dagli Enti Finanziatori.

———— **ASSICURO** continuità di azione offrendo soluzioni in linea con eventuali nuovi bisogni emersi.

———— **GARANTISCO**, nei confronti degli Enti Finanziatori, il pieno rispetto delle regole e la disponibilità a un confronto costante, nell'ottica di far comprendere le esigenze del cliente che rappresento.

Collaborazione in relazione ai fornitori, ai partner e al territorio

Significa cooperare con i fornitori scambiandosi reciprocamente competenze e informazioni, in modo che l'azienda e i fornitori stessi possano generare valore e vedere la propria e la nostra identità legittimate.

Comportamenti e atteggiamenti

———— **MI MOSTRO** disponibile al dialogo sia in ottica di risoluzione di eventuali criticità che di ascolto delle proposte.

———— **SUPPORTO** i fornitori e i partner nella loro azione verso il cliente proponendo soluzioni che garantiscano continuità ed efficacia.



Meritocrazia e motivazione

Meritocrazia e motivazione in relazione al personale di UNIS&F

Per meritocrazia verso il personale si intende il riconoscere con imparzialità il valore e le competenze di ogni collaboratore, valorizzandone il talento e valutando con equità il contributo proprio e quello altrui nel rispetto dei ruoli. Questo genera nei collaboratori la determinazione a svolgere i compiti assegnati con impegno e serietà.

Significa, altresì, allocare nelle giuste posizioni i collaboratori che sono in grado di svolgere al meglio le mansioni richieste riconoscendo le competenze e garantire pari opportunità di sviluppo e crescita professionale.

La meritocrazia, così come la motivazione, si articola anche nel definire con chiarezza e in collaborazione con le persone gli obiettivi da raggiungere, nonché ricercare ogni giorno spunti di miglioramento del proprio lavoro e idee efficaci per nuove soluzioni.

Per effettuare le scelte più appropriate per gestire le persone o progettare nuovi prodotti è necessario contare su un sistema di valutazione affidabile. Questo processo di riconoscimento e ascolto delle persone avrà come primo effetto positivo che all'interno dell'organizzazione si potrà contare su persone più motivate e che svolgono con passione il proprio ruolo, in quanto percepito come giustamente assegnato.

Comportamenti e atteggiamenti

———— **TRASMETTO** fiducia nelle capacità dell'altro, offrendo opportunità di sperimentarsi anche in nuove attività.

———— **VALUTO** in maniera obiettiva e con metodo l'impegno e i risultati delle singole figure dell'organizzazione.

———— **RICONOSCO** la capacità delle persone di gestire in maniera efficiente le situazioni "critiche" e offro loro la possibilità di crescere professionalmente.

———— **INVIO** feedback positivi verso i colleghi/le colleghe che si sono distinti/e per il loro approccio e hanno raggiunto i risultati e gli obiettivi concordati.

Meritocrazia in relazione ai clienti

Significa veicolare ai clienti la qualità e l'efficacia della nostra attività, rafforzando l'immagine di UNIS&F e più in generale del suo brand.

La meritocrazia si espleta anche nel riconoscere e premiare il valore e la fedeltà dei propri clienti e utenti, adottando azioni di comunicazione mirate

e diversificate, nonché nel coinvolgere gli stessi clienti in un rapporto di collaborazione attiva affinché UNIS&F diventi sempre più il loro unico punto di riferimento per la crescita aziendale.

Comportamenti e atteggiamenti

———— **PREMIO** i clienti e gli utenti più fidelizzati offrendo loro opportunità "speciali" quali la priorità nella partecipazione ad alcuni eventi, la possibilità di essere tester in nuove sperimentazioni o agevolazioni economiche.

———— **ORGANIZZO** visite periodiche con i clienti agli Enti Finanziatori per aggiornarli circa gli esiti delle progettualità assegnate, facendo comprendere il "valore" del lavoro svolto e suggerendo spunti per il miglioramento.

Meritocrazia in relazione ai fornitori, ai partner e al territorio

Vogliamo valorizzare i nostri partner e fornitori virtuosi e selezionare i nuovi secondo principi di equità e di adesione agli obiettivi di UNIS&F e inoltre stabilire un rapporto di fiducia reciproca basato sulla chiarezza delle aspettative e sul fornire feedback puntuali per ogni progetto e iniziativa. In tal modo nel territorio la nostra organizzazione verrà riconosciuta come affidabile e sostenibile grazie alla valorizzazione del personale interno e dei suoi fornitori e partner.

Comportamenti e atteggiamenti

———— **RICONOSCO E GRATIFICO** i fornitori e i partner che si dimostrano più efficaci e proattivi offrendo loro, oltre che un adeguato riconoscimento economico, la possibilità di partecipare gratuitamente ad alcune iniziative e garantendo loro l'ascolto e la collaborazione nella "costruzione" di nuove iniziative.



Valorizzare

Valorizzare in relazione al personale di UNIS&F

Significa mettere a disposizione del personale di UNIS&F gli strumenti e le conoscenze per creare un ambiente di lavoro ottimale affinché le risorse umane siano messe in condizione di esprimere le proprie potenzialità e si impegnino a creare un clima collaborativo interno.

Valorizzare significa, inoltre, creare le condizioni affinché ciascuno singolarmente e l'organizzazione nel suo complesso possano esprimere ed estrinsecare tutte le proprie capacità e qualità, definendo obiettivi, ruoli e compiti adeguati in funzione delle responsabilità assegnate.

Per questi motivi la formazione continua e lo sviluppo di competenze coerenti con il ruolo ricoperto e le mansioni assegnate sono esperienze e tratti distintivi del personale di UNIS&F. Inoltre la *Job rotation* viene promossa non solo per l'accrescimento di competenze personali, ma per acquisire una visione complessiva dei processi che sottendono all'organizzazione e dei servizi che essa offre.

Comportamenti e atteggiamenti

———— **FAVORISCO** la gestione condivisa di progetti.

———— **PROMUOVO** la partecipazione personale e dei colleghi a corsi d'informazione e aggiornamento.

———— **VALORIZZO** la creatività, la proattività e il pensiero divergente come tratti fondamentali della mia pratica quotidiana e della gestione delle Risorse Umane.

———— **UTILIZZO** strumenti e metodologie che facilitano la condivisione dell'attività lavorativa.

———— **INTRODUCO** nuove modalità di progettazione, di produzione e di vendita di beni o servizi per creare un cambiamento positivo.

Valorizzare in relazione ai clienti

Valorizzare si concretizza nel garantire corrispondenza tra domanda e offerta, in modo da offrire al cliente esterno servizi di qualità, efficaci e adeguati alle proprie esigenze, selezionando fornitori qualificati e stimolando la loro fidelizzazione. Questo significa mettere a disposizione del cliente know how e tempo per comprenderne il fabbisogno, risolvere i problemi che egli presenta e monitorare i risultati raggiunti e la soddisfazione del cliente stesso.

Valorizzare si esplicita, inoltre, nel creare partnership con aziende, enti finanziatori, enti certificatori e associazioni di categoria che possano da un

lato contribuire a innovare i servizi e la formazione di UNIS&F e dall'altro cooperare a individuare nuovi filoni di finanziamento e migliorare l'accesso a quelli già esistenti.

Comportamenti e atteggiamenti

———— **ANTICIPO** i fabbisogni attraverso azioni di confronto tra richieste aziendali ed evoluzione del contesto economico, sociale e culturale di riferimento.

———— **FORNISCO** risposte tempestive, professionali e competenti.

———— **ANALIZZO** con attenzione i fabbisogni dell'azienda che si rivolge a UNIS&F non limitandomi a rispondere solo alla richiesta esplicita, ma favorendo una più completa ricognizione delle opportunità che possiamo offrire al cliente.

———— **ADOTTO** strategie di promozione dei servizi finalizzate a fidelizzare il cliente, sviluppando relazioni durature e vantaggiose con le imprese.

Valorizzare in relazione ai fornitori, ai partner e al territorio

Vogliamo rafforzare e rendere vitale una vera e propria rete di collaborazione e partecipazione sul territorio tra aziende, startup e acceleratori che sia di stimolo per la valorizzazione del fondamentale rapporto tra privato e pubblico. Ciò richiede anche una maggiore interazioni tra le aree di UNIS&F per facilitare la scelta del fornitore e le "modalità di ingaggio" e di gestione delle relazioni con il fornitore stesso.

Valorizzare si traduce, inoltre, nell'offrire al territorio da un lato know-how, prestazioni e iniziative in grado di fornire strumenti per accrescere il valore intrinseco e dell'identità di ciascun stakeholder e, dall'altro, servizi di utilità sociale, quali il recupero di spazi dismessi e la valorizzazione spazi verdi e patrimonio artistico e culturale, per favorire una gestione del territorio e delle sue risorse che anticipi e guidi i cambiamenti e le evoluzioni in atto.

Comportamenti e atteggiamenti

———— **PROMUOVO** incontri periodici con fornitori strategici.

———— **SVILUPPO** rapporti e relazioni costanti con enti locali e istituzioni.

———— **SELEZIONO** i migliori fornitori di servizi e di formazione alle condizioni di mercato più favorevoli, fidelizzando i soggetti che dimostrano di possedere requisiti professionali in linea con la missione di UNIS&F.

———— **OFFRO E PROMUOVO** servizi e iniziative a vantaggio del territorio e di chi in esso abita e lavora.



Dialogo

Dialogo in relazione al personale di UNIS&F

Significa interagire e confrontarsi con i colleghi anche al di fuori delle occasioni "formali" al fine di risolvere e facilitare, per quanto possibile, il lavoro comune. Tramite il dialogo si raggiungono soluzioni migliori ai problemi rispetto a quelle cui arriva il singolo, che può essere frenato dal suo ambito di competenza e dall'abitudine.

Comportamenti/atteggiamenti coerenti

- **ORGANIZZO** e **PARTECIPO** alle riunioni periodiche dei referenti.
- **RISPETTO** e **SOSTENGO** un Sistema di gestione qualità come uno strumento indispensabile di condivisione delle procedure di lavoro.
- **FAVORISCO** momenti di scambio tra aree e servizi diversi coinvolgendo anche le figure operative.

Dialogo in relazione ai clienti

Il dialogo è il presupposto per la progettazione e la realizzazione di un prodotto e di un servizio rispondente alle aspettative del cliente: permette di condurre un'analisi dei fabbisogni registrando quello che il cliente chiede, ma anche di orientarlo con le giuste domande affinché emergano le necessità di cui non è già consapevole.

Il dialogo indica la modalità di relazione con il cliente che valorizza il fattore umano rispetto alla prospettiva commerciale di una negoziazione che mira unicamente agli aspetti economici e mediata dalla sola forma cartacea e/o informatica.

Comportamenti e atteggiamenti

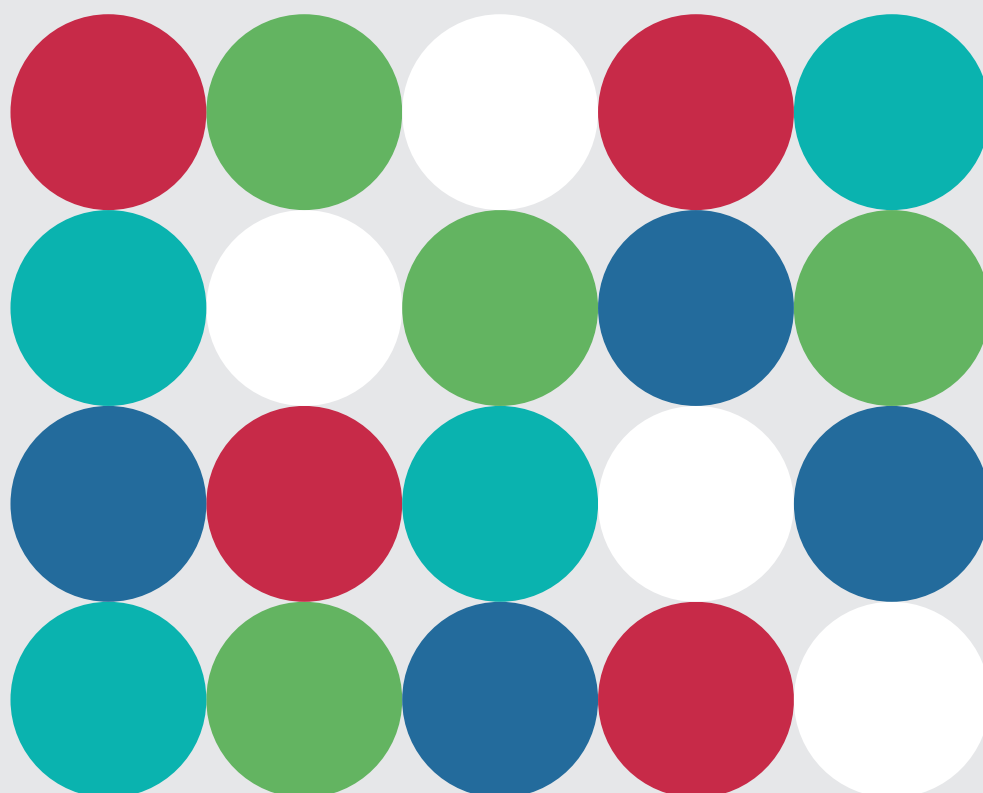
- **COMUNICO** i contenuti del prodotto e del servizio proposti adattandoli alle peculiarità del cliente.
- **CERCO** un feedback "post-vendita": il servizio non si conclude con l'erogazione, ma mi attivo sempre per avere un riscontro e una verifica anche quando non ci sono state evidenti criticità.
- **REGISTRO** e **DOCUMENTO** lo storico delle informazioni utili a tutte le aree e funzioni di UNIS&F in modo che il cliente abbia la percezione di dialogare con un sistema e non di confrontarsi con singoli individui, ripetendo ogni volta le medesime informazioni e richieste.
- **RAFFORZO** le mie competenze e quelle dei colleghi/delle colleghe nel saper condurre un contatto di tipo commerciale.

Dialogo in relazione ai fornitori, ai partner e al territorio

UNIS&F ritiene indispensabile legare la propria attività e i propri risultati a un più ampio progetto che sia utile al territorio e che dia visibilità al nostro impegno e al nostro senso di appartenenza alla comunità.

Comportamenti e atteggiamenti

- **ORGANIZZO** incontri e presentazioni di libri e di altre espressioni artistiche per promuovere gli autori locali e sostenere così la cultura e l'arte nelle sue molteplici manifestazioni e favorire la crescita culturale del territorio.
- **SENSIBILIZZO** la comunità su tematiche trasversali e che coinvolgono ciascuno quale la sostenibilità ambientale.
- **UTILIZZO** gli spazi di UNIS&F e di UNIS&F Lab per eventi e manifestazioni aperti a pubblici diversi dai nostri consueti.



UNIS&F

Unindustria Servizi & Formazione Treviso Pordenone S.c.a r.l.
Società soggetta ad attività di direzione e coordinamento di Assindustria Venetocentro Servizi S.r.l.

Sede Legale e Operativa

Piazza delle Istituzioni, 12 • 31100 Treviso • Tel 0422 916400 • Fax 0422 916411 • Reg. Imp. TV, C.F./P.IVA 02301900268 R.E.A. • TV 200894 • Cap. Soc. 384.000,00 Euro i.v. • SDI: E0DR3PP
E-mail: unisef@unisef.it • PEC: unisef@pec.unindustriatv.it • www.unisef.it

Sede Secondaria

Piazzetta del Portello, 2 • 33170 Pordenone

Sede Operativa

UNIS&F Lab • Via Venzona, 12 • 31100 Treviso