

La digital transformation comincia dentro l'azienda

UN SOCIAL NETWORK INTERNO PER RACCONTARE AI DIPENDENTI COME LA TRASFORMAZIONE DIGITALE STA CAMBIANDO L'ATTIVITÀ E LA NATURA DI UNA COMPAGNIA ASSICURATIVA. REALE GROUP HA LANCIATO DA QUATTRO MESI FABBRICA FUTURO, BASATO SULLA PIATTAFORMA TANTAMY REPLY, CHE CONSENTE DI SFRUTTARE LE POTENZIALITÀ DEI SOCIAL MEDIA

Riuscire a spiegare a tutte le risorse la portata del cambiamento digitale in atto e delle sfide digitali che la compagnia sta affrontando, aprendosi ai commenti e stimolando la collaborazione e lo scambio di idee per allineare conoscenze e competenze, oltre a creare una vera cultura collaborativa orientata al futuro digitale dell'azienda. L'obiettivo di Fabbrica Futuro, il social network aziendale lanciato a giugno da Reale Group, nasce dalla consapevolezza che il primo step per la trasformazione digitale del business avviene all'interno dell'organizzazione. «Per raccontare il cambiamento in atto dovevamo adottare in primis la nuova cultura digitale – conferma Marcello Bugari, Responsabile Academy e Comunicazione Interna – per

questo abbiamo deciso di dotarci di una piattaforma per la condivisione delle informazioni, un vero e proprio social network interno, in cui presentare e discutere i nostri progetti di innovazione facendo anche formazione».

Test al via nel 2013

I primi passi verso la collaboration sono stati fatti in un test del 2013. «Siamo partiti da un workshop, svolto con il middle management, che ha permesso di valutare i rischi e le opportunità da cogliere – racconta Bugari – per chiederci poi come potevamo supportare le nostre risorse attraverso i social media. Il management è stato coinvolto anche per raccogliere idee sulle opportunità degli strumenti di collaboration: in questa prima fase sperimentale abbiamo raccolto un centinaio di persone, organizzando confronti su tematiche legate all'innovazione e difendendo quel dibattito sui social media. E il riscontro è stato positivo». Nel frattempo, si è anche definita una Social media policy, intesa come una guida per i colleghi che conducono attività sui social, applicando le stesse regole a questo primo network aziendale.

Come funziona la piattaforma

Da qui il via al progetto di Fabbrica Futuro, pienamente operativa dallo scorso giugno. «A tre mesi di distanza, circa il 60% delle oltre 2mila risorse in Italia ha effettuato

Marcello Bugari, Responsabile Academy e Comunicazione Interna di Reale Group



almeno un accesso – commenta Bugari – anche grazie a un intenso piano di comunicazione interna. Nella piattaforma è attivo un team editoriale interno, con rappresentanti nelle diverse divisioni, che in base a un piano di comunicazione alimenta il dibattito su alcune tematiche strategiche per il nostro gruppo. Su progetti o ambiti più specifici esistono poi delle community ristrette. Ogni utente dispone anche di una propria pagina personale in cui evidenzia le proprie skill e, un po' come accade su LinkedIn, può ricevere segnalazioni dagli altri. Come in ogni community c'è un nucleo di utenti particolarmente attivi nella creazione di contenuti e commenti e una maggioranza di user che si limitano a poche interazioni ma seguono comunque le discussioni e fanno uso dei documenti e delle informazioni condivisi su Fabbrica Futuro».

Collaborazione e gamification

L'utilizzo della piattaforma per la condivisione di presentazioni e altri documenti interni all'azienda può permetterci di superare un canale di comunicazione informale e incontrollabile come la posta elettronica. E il cambiamento investe anche la formazione. «La collaborazione è un cambiamento importante per la cultura aziendale e ci vuole tempo per farla diventare una abitudine – aggiunge Bugari. Nell'ambito della formazione abbiamo già ottenuto delle soddisfazioni con attività di gamification: ad esempio chi risponde correttamente a una serie di domande relative a un tema strategico per la compagnia vince delle esperienze formative. Una visita a una

FINANCE IN PRIMA LINEA PER I SOCIAL NETWORK AZIENDALI

Fabbrica Futuro si basa sulla piattaforma TamTamy Reply, una realtà che proprio nel settore Finance ha condotto i primi progetti importanti. «Banche e assicurazioni hanno voglia e necessità di sperimentare – afferma Luca Zappa, Partner di TamTamy Reply – e l'esperienza di Reale Group è replicabile da tutte le aziende che si trovano ad affrontare la rapida evoluzione digitale in corso. Un social network interno è anche un valido strumento per allineare la rete commerciale su novità e campagne in corso: penso al lancio di un nuovo prodotto, ad esempio. L'obiettivo è comunicare in modo efficace con le risorse interne e dare loro degli strumenti di lavoro: se una persona non trova le informazioni che cerca, finirà per cercarle fuori dall'azienda, con tutti i rischi che ne conseguono».

Come si misurano le performance

Nel caso di Reale Group, continua Zappa, «abbiamo fornito una piattaforma in cloud, sicura e integrabile, oltre al nostro supporto nelle attività di marketing interno e community management. I primi tre mesi di attività di Fabbrica Futuro stanno dando buoni risultati in base ai KPI relativi al numero di accessi, ai contenuti prodotti, ai commenti degli utenti e alle visite al sito».

nostra agenzia pilota con una forte componente tecnologica e digitale, ad esempio: e la stessa visita diventa una esperienza da socializzare e condividere con i colleghi, pubblicando foto, video e commenti su Fabbrica Futuro».



LA COLLABORAZIONE È UN CAMBIAMENTO IMPORTANTE PER LA CULTURA AZIENDALE E CI VUOLE TEMPO PER FARLA DIVENTARE UNA ABITUDINE



Verso lo smart working?

Attualmente in utilizzo per tutte le risorse di Reale Group in Italia, Fabbrica Futuro ha aperto le porte anche ai primi colleghi di Spagna. E dopo la collaborazione sono in «valutazione altre soluzioni di smart working – conclude Bugari – per unire l'efficacia di lavorare in team, trovando su un social network le risposte e le competenze più adeguate per risolvere i propri dubbi, all'efficienza di un modo diverso di lavorare. Ed è un argomento di cui stiamo discutendo molto, anche perché è emerso con forza in una delle prime community avviate sul tema del "come lavorare meglio con i social network"».

A.G.