



Mercato

Gruppo Roncaglia presenta "Win Star", la piattaforma per i dipendenti di Mercedes-Benz Italia

Il progetto è finalizzato a creare coinvolgimento tra i dipendenti della casa automobilistica per incentivare e condividere i target aziendali, stimolare la partecipazione ad attività extra lavorative promosse dal brand, creare e far crescere la cultura del feedback. Oltre alla piattaforma, il Gruppo ha lavorato all'ideazione e allo sviluppo della creatività, a partire dal logo fino allo sviluppo della UX.

E' partita "**WinStar**", la **competizione online** dedicata ai dipendenti di **Mercedes-Benz Italia**. Per questo importante progetto il **Gruppo Roncaglia** si è aggiudicato lo sviluppo e la gestione della **piattaforma online** che abilita la competizione, supportando Mercedes-Benz nell'identificazione delle più efficaci modalità di implementazione del programma di **employee engagement**. Il Gruppo Roncaglia ha inoltre lavorato all'ideazione e allo sviluppo della creatività, a partire dal logo fino alla vestizione creativa della piattaforma e allo sviluppo della UX.

"**WinStar**" è finalizzata a creare **coinvolgimento tra i dipendenti** per incentivare e condividere i target aziendali, stimolare la partecipazione ad attività extra lavorative promosse da Mercedes, creare e far crescere la cultura del feedback.

La piattaforma consente di accumulare punti, simbolicamente rappresentati da stelle, sia ai singoli che alle squadre. Le stelle attribuite ai dipendenti hanno per oggetto obiettivi aziendali, tematiche extra finalizzate ad incentivare la **collaborazione e il team building**, ed anche i comportamenti individuali virtuosi.

In termini di meccanica, il programma è basato su **logiche intuitive** e il punteggio delle squadre deriva dalla somma dei punteggi individuali dei singoli componenti. Ogni mese e al termine dell'anno viene stilata la classifica che decreta vincitori: il dipendente e la squadra che hanno totalizzato i migliori punteggi.

"Uno degli elementi vincenti di questo progetto è la possibilità di celebrare le vittorie personali ma anche di evidenziare l'importanza del singolo all'interno della squadra", spiega **Mafalda Lepore**, head of Loyalty & Promotions della Roncaglia Relationship Marketing. "WinStar dimostra come, attraverso logiche di gamification, possiamo non solo **incrementare l'engagement** dei dipendenti, ma anche trovare elementi di gratificazione e valorizzazione dei **talenti e dei traguardi**, individuali e di gruppo, che vanno oltre la mera ricompensa economica".

"Abbiamo affiancato Mercedes nello sviluppo e nell'implementazione di questa piattaforma di engagement, adattando le nostre soluzioni tecnologiche ad una meccanica di advocacy interna già definita e studiata dal cliente", osserva **Giulia Roncaglia** (in foto), Direttore Generale del Gruppo. "Questo a dimostrazione di quanto le nostre **soluzioni tecnologiche** siano flessibili e modulari, anche a fronte di specifiche richieste e obiettivi predefiniti, e riescano a garantire all'utente una **UX fluida e ingaggiante**, pensata in ottica cross-device".