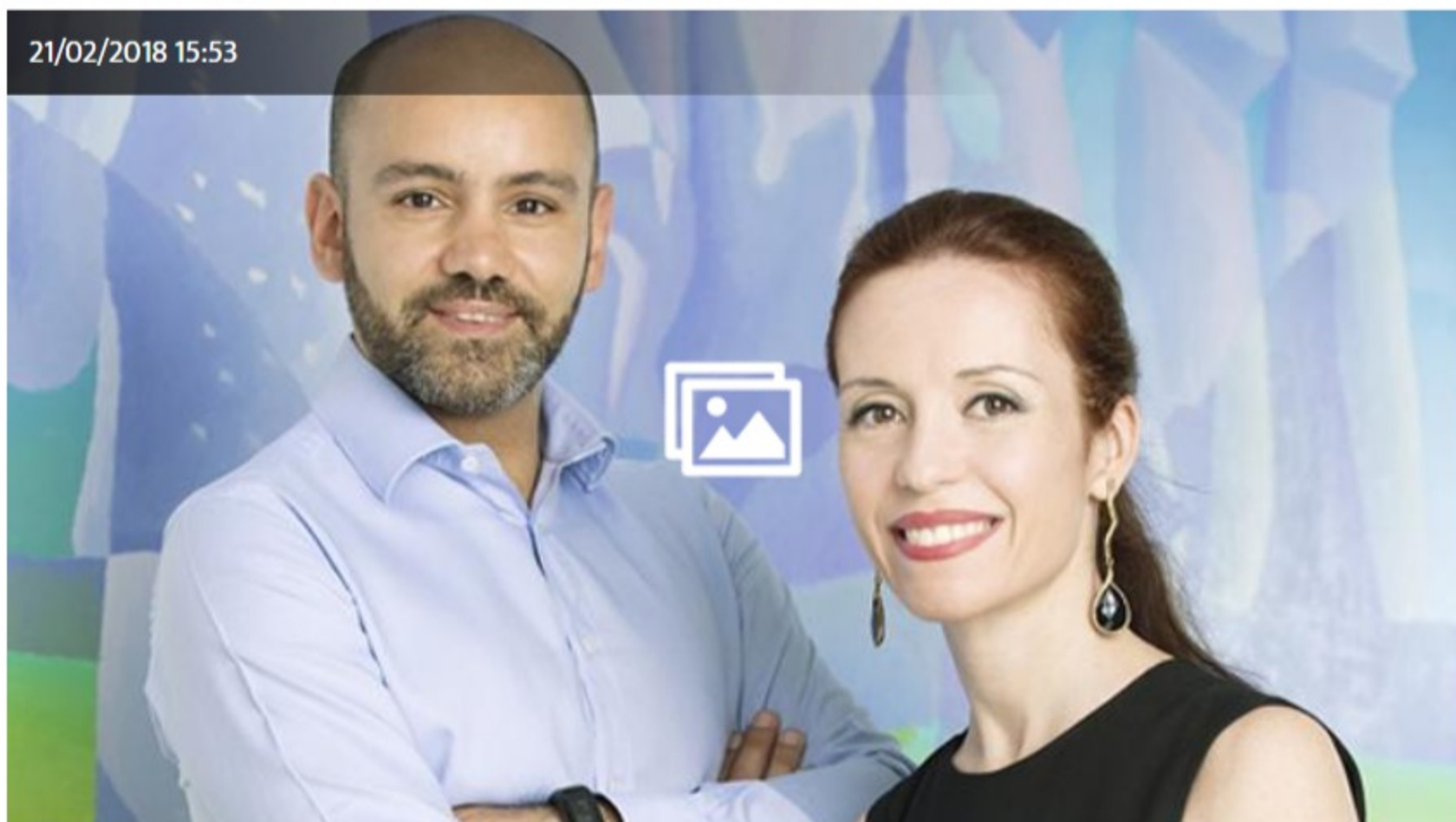


21/02/2018 15:53



**Mercato**

## Gruppo Roncaglia: per e-noiSPECIAL di Enel Italia 14.700 accessi e più di 66.500 interazioni per le prime 8 attività lanciate

La nuova piattaforma di engagement riservata al personale Enel Italia e realizzata dalla Roncaglia Relationship Marketing ha ottenuto grandi risultati nei primi 5 mesi. Il progetto, mira ad accrescere l'awareness dei valori aziendali, informare sull'evoluzione dello scenario energetico nazionale e sui prodotti, i servizi e i vantaggi destinati ai dipendenti dell'azienda.

**e-noiSPECIAL**, la nuova piattaforma di engagement riservata al personale **Enel Italia** e realizzata dalla **Roncaglia Relationship Marketing** ha ottenuto nei primi 5 mesi oltre **14.700 accessi** e più di **66.500 interazioni** per le prime 8 attività lanciate.

Il progetto, dal claim 'Il vantaggio di vivere l'energia dall'interno', mira ad accrescere l'awareness dei valori aziendali, informare sull'evoluzione dello scenario energetico nazionale e sui prodotti, i servizi e i vantaggi destinati specificatamente ai dipendenti Enel Italia.

e-noiSPECIAL fa parte di un più ampio programma di comunicazione interna affidato da Enel Italia al Gruppo Roncaglia, con l'**obiettivo di massimizzarne il coinvolgimento e la partecipazione degli oltre 32.000 dipendenti** alle iniziative promosse dall'azienda nel mondo dell'energia ed ai diversi business aziendali.

Su e-noiSPECIAL l'utente è chiamato a interagire con **game, attività e quiz**. Tutte le attività, che fino al prossimo anno accompagneranno il personale Enel Italia lungo un percorso di edutainment, sono caratterizzate dalla conoscenza dei numerosi vantaggi, diretti e indiretti, riservati ai partecipanti ed alla condivisione delle azioni intraprese da Enel per la collettività.

“Per Enel Italia abbiamo realizzato un ampio e strutturato **progetto di gamification**, che attraverso un percorso fatto di divertenti e creative attività di engagement riesce a trasmettere un senso di appartenenza, creando una vera e propria ‘community aziendale’, spiega **Antonio Bruno**, (a sinistra nella foto) **Loyalty & Promotion Manager del Gruppo Roncaglia**.

“Il supporto alle aziende per comunicare in maniera innovativa con i propri dipendenti richiede la continua ricerca di nuovi modelli. In questa chiave, la gamification rappresenta una efficace opportunità, infatti può coinvolgere in modo ludico, generando awareness e rafforzando la motivazione del personale, che così viene stimolato a divenire il primo brand ambassador dell'azienda” dichiara **Giulia Roncaglia**, (a destra nella foto), **amministratore unico della Roncaglia Relationship Marketing ed azionista del Gruppo**.