

E-NOISPECIAL, 14,7MILA ACCESSI IN 5 MESI PER LA PIATTAFORMA DI ENGAGEMENT DI ENEL

Oltre 14.700 accessi nei primi 5 mesi e più di 66.500 interazioni per le prime 8 attività lanciate: questi i risultati che testimoniano il grande successo di **e-noiSPECIAL**, la nuova piattaforma di engagement riservata al personale **Enel Italia** e realizzata da **Roncaglia Relationship Marketing**. Il progetto, dal distintivo 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 parte-



cipazione degli oltre 32.000 dipendenti alle iniziative promosse dall'azienda nel mondo dell'energia e 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, di-

retti e indiretti, riservati ai partecipanti e 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, Loyalty & Promotion manager del Gruppo Roncaglia -. Inoltre il progetto permette di ricevere continui feedback costruttivi dagli stessi dipendenti, per innovare e migliorare i servizi a loro dedicati".

"Il supporto alle aziende per comunicare in maniera innovativa con i propri dipendenti richiede la continua ricerca di nuovi modelli - dichiara **Giulia Roncaglia**, amministratore unico della Roncaglia Relationship Marketing e azionista del gruppo -. In questa chiave, la gamification rappresenta una efficace opportunità perché 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".