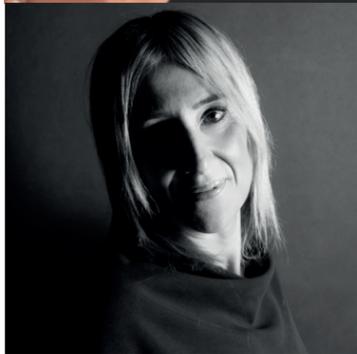


# Marketing in HR

EXJOURNAL #1 DEL 03/2024

Employer Experience Journal // Made with ♥ By Esc Agency



~Editoriale

Il Marketing in HR è un concetto che sta guadagnando sempre più rilevanza, ma cosa significa esattamente?

Per me è un **mindset**, un modo di pensare che applica una scienza ed i suoi strumenti (il marketing) ad uno specifico settore (l'HR). Questo approc-

cio consente ai professionisti HR di innovare l'esperienza delle persone all'interno delle organizzazioni, generando risultati migliori in termini di **Talent Acquisition, People Engagement e Cultura Organizzativa**.

**Il marketing è creazione di lead** (non solo di reach :-)). L'applicazione più intuitiva è certamente quella legata al mondo dell'employer branding dove le logiche di marketing permettono di attrarre i profili più idonei alla specifica azienda (e non "attrarre più profili" in generale ndr). Ma una strategia di marketing non è legata solo a "cosa racconto", ma anche al "come" (i canali) ed al chi dà voce a queste storie (i dipen-

denti). E' un modo quindi per coinvolgere le persone nella creazione e comunicazione di "un'identità di marca" (culturale ed organizzativa) che influenza positivamente sulla percezione dell'azienda e sulla sua reputazione non solo come employer; perchè nessuno conosce bene l'azienda come chi ci lavora.

**Il marketing è personalizzazione** (personas), si basa cioè sulla comprensione delle esigenze del cliente. Applicando questo principio all'HR, si può personalizzare l'esperienza dei dipendenti ad esempio, offrendo programmi di sviluppo specifici per le loro aspirazioni di carriera o per creare programmi di riconoscimento che fun-

zionino davvero.

**Il marketing è ascolto**, si basa cioè sul feedback dei clienti. L'HR può applicare questo concetto per raccogliere feedback dai dipendenti tramite sondaggi, interviste e sessioni di ascolto. Questo aiuta a identificare problemi e a migliorare l'esperienza complessiva.

In conclusione, l'HR Marketing è il segreto per creare un ambiente di lavoro straordinario, attrarre talenti e far crescere le persone.

## Perché è importante coinvolgere le persone

📖 *In pillole*

**Alberto Franchini, Managing Director di Esc Agency**

Interessare, attrarre, coinvolgere, motivare, fidelizzare. Questi sono alcuni degli obiettivi con cui chi si occupa di risorse umane si confronta quotidianamente.

Ma sono anche gli obiettivi di chi si occupa di marketing rispetto ai clienti dell'azienda.

Le pressioni dovute ai rapidi e continui cambiamenti del contesto impongono al mondo HR di pensare a nuove strategie e strumenti per raggiungere i risultati.

Logiche, metodologie e canali tipici del marketing sono un patrimonio da cui attingere per aumentare la nostra capacità di ingaggiare le persone.



**È giusto ed etico.**

Tutti vogliamo dedicare il nostro tempo lavorativo a un progetto di cui possiamo sentirci parte.

**È necessario.**

Qualsiasi processo di trasformazione può avvenire solo attraverso l'ingaggio delle persone.

**È strategico.**

Le persone ingaggiate riescono a lavorare su obiettivi sfidanti, anche in contesti che obbligano a cambiamenti repentini.

"Coinvolgi le tue persone per lavorare meglio anche in contesti che obbligano a cambiamenti repentini."

# Employee Engagement nel mondo

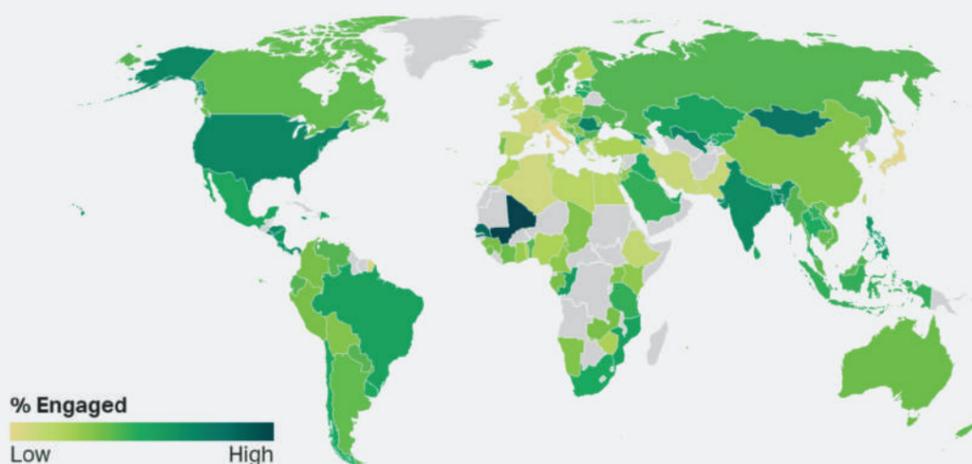
📖 *Report*

## Employee Engagement

Il coinvolgimento dei dipendenti riflette l'interesse e l'entusiasmo dei dipendenti nel loro lavoro e nel loro ambiente lavorativo. I dipendenti possono essere coinvolti quando vengono soddisfatte le loro esigenze di base e quando hanno l'opportunità di contribuire, un senso di appartenenza e opportunità di imparare e crescere.

### Employee Engagement, by Country

Percentuale su dati aggregati 2020-21-22



"State of The Global Workplace 2023 Report" - Gallup

## Come misura Gallup l'ingaggio?



- Il mio supervisore, o qualcuno al lavoro, sembra preoccuparsi di me come persona.
- C'è qualcuno al lavoro che incoraggia il mio sviluppo.
- Al lavoro, le mie opinioni sembrano contare.
- La missione o lo scopo della mia azienda mi fa sentire che il mio lavoro è importante.
- I miei colleghi sono impegnati a svolgere un lavoro di qualità.
- Ho un migliore amico al lavoro.
- Negli ultimi sei mesi, qualcuno al lavoro ha parlato con me del mio progresso.
- Quest'ultimo anno, ho avuto opportunità di imparare e crescere al lavoro.
- So cosa ci si aspetta da me al lavoro.
- Ho i materiali e le attrezzature necessarie per svolgere correttamente il mio lavoro.
- Al lavoro, ho l'opportunità di fare ciò che faccio meglio ogni giorno.
- Negli ultimi sette giorni, ho ricevuto riconoscimenti o lodi per aver fatto un buon lavoro.

# Temi emergenti per le persone

📖 *Trend*

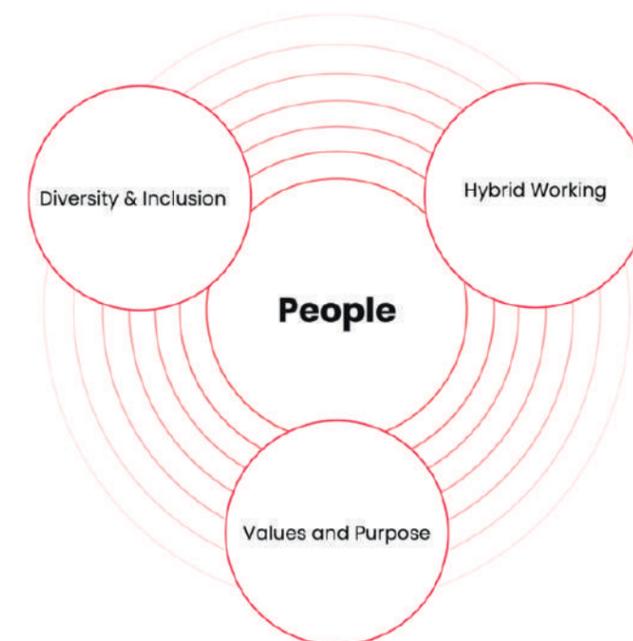


I dati Gallup evidenziano l'importanza di fattori legati a ingaggio, cultura e benessere per rendere migliore il proprio vivere il lavoro. Tra il personale "non ingaggiato" questi fattori complessivamente "pesano" per il 57%.

Dal report "Talent trend 2023" di Randstad emerge che il 7% delle persone ritiene che valori come sostenibilità, attenzione alla diversity e trasparenza siano aspetti determinanti nello scegliere l'azienda in cui lavorare. E in un contesto in cui la ricerca e il trattenere talenti sono sfide

sempre più impegnative, appare evidente come questi aspetti diventino strategici.

L'importanza data dalle persone al poter lavorare in smart working, quando non in full remote, è dimostrata da moltissime ricerche. Dopo una leggera riduzione dei due anni post-pandemia, i numeri stanno ricominciando a salire. Nel 2024 si stima saranno 3,65 milioni gli smart worker in Italia (Osservatorio Smart Working - School of Management del Politecnico di Milano).



# Come creare un ECOSISTEMA di comunicazione interna H2H

📖 *Keyword*

## Human2Human!

H2H, ovvero "human to human", è un concetto elaborato da Bryan Kramer, business strategist di fama internazionale, che esprime perfettamente il cambiamento di prospettiva necessario.

Non pensare di ingaggiare "dipendenti" o "collaboratori" ma persone.

Se vuoi coinvolgere qualcuno su un progetto, un obiettivo, un cambiamento,

devi parlargli come persona.

Non basta avere chiaro cosa vuoi comunicare.

Servono persone che comunichino con persone.

## Le Leve.

### ISPIRARE

*"Raccontiamo alle nostre persone il mondo della nostra azienda"*

Heritage  
Gruppo  
Stile  
Contesto  
Cultura  
Innovazione

### FORMARE

*"Creiamo l'academy digitale della nostra azienda per stimolare la crescita di competenze"*

Pubblichiamo cases interessanti  
Mettiamo a disposizione materiali e contenuti di valore  
Rendiamo accessibili contenuti formativi attraverso piattaforme che offrono servizi

### INFORMARE

*"Teniamo aggiornate le nostre persone sull'andamento delle grandi sfide della nostra azienda"*

Piani  
Risultati  
Cambiamenti  
Clienti  
Progetti  
Cosa dicono di noi

### ORIENTARE

*"Rinforziamo nelle nostre persone il messaggio sui valori (e comportamenti) della nostra azienda"*

**Raccontiamoli** declinandoli  
**Esemplifichiamoli** con casi aziendali concreti  
**Testimoniamoli** con esempi presi dal mondo esterno

### INGAGGIARE

*"Rendiamo protagoniste le persone della nostra azienda nell'ecosistema di comunicazione interna"*

Introduciamo i colleghi, vecchi e nuovi, raccontando le loro storie

Creiamo contesti interni per spingerli a condividere contenuti

Facciamo in modo che i responsabili pubblichino contenuti sulle aree di loro competenza, aiutandoli come ghost writers

Coinvolgiamo le persone per co-ideare azioni e iniziative finalizzate a dare sostanza ai nuovi valori nella vita aziendale



## Il progetto per il Gruppo Montenegro

Il progetto sviluppato da ESC si è concentrato sul re-design della intranet aziendale "Cosmo" per migliorarne l'usabilità e l'allineamento con l'identità aziendale, oltre alla creazione di un magazine cartaceo e digitale, "Digital Transformation Journal", per raccontare il progresso del progetto di trasformazione. Queste iniziative hanno superato le aspettative, e migliorato il livello di coinvolgimento dei dipendenti.

Scopri il caso studio



## Il progetto per BPER Banca

Il progetto sviluppato per BPER Banca aveva l'obiettivo di migliorare la comunicazione interna, coinvolgere i dipendenti e rafforzare il loro senso di appartenenza. I risultati hanno superato le aspettative, migliorando l'apertura e il gradimento dei contenuti tra i dipendenti e rafforzando la loro connessione con l'azienda.

Scopri il caso studio



# Cosa accomuna marketing per business e marketing per HR

## Le regole del gioco

### Custom

ogni azienda ha la sua storia e il suo contesto

### La magia non esiste

per ottenere risultati serve tempo

### Fuochi d'artificio

importanti ma la costanza premia

### Omnichannel

trovare quelli adatti al mestiere che le persone fanno

### Phygital

soluzioni digitali e soluzioni fisiche devono intrecciarsi

### Fabbrica dei contenuti:

coinvolgere le persone dell'azienda

### Buona la prima (a volte ...):

progettare, fare, testare, migliorare

### Progressione

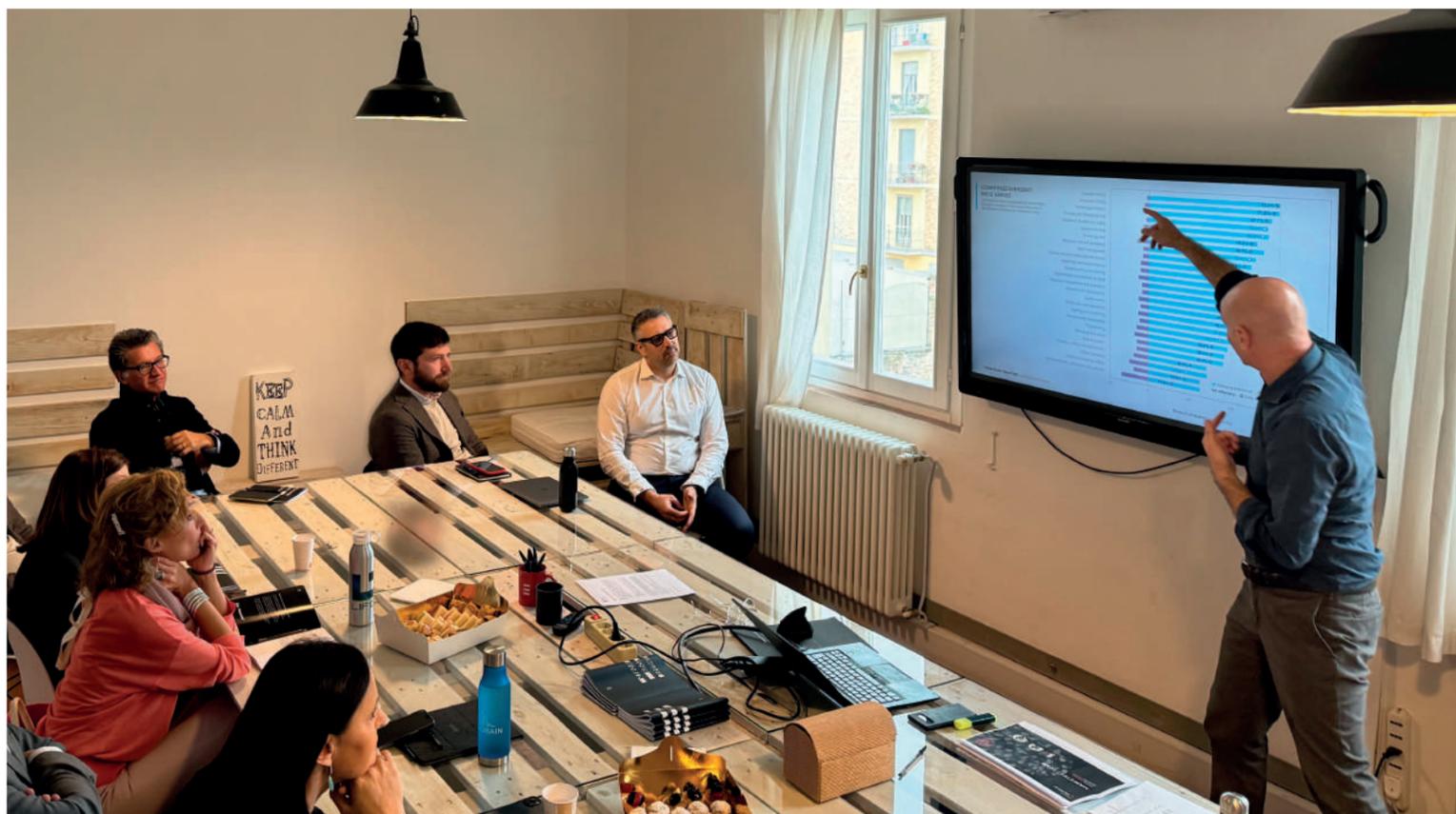
tutto e subito non è mai praticabile

### Sostenibilità

riusare contenuti e investimenti per farli rendere

### Misurare

se non raccogli dati non capisci cosa funziona



Creiamo campagne di employer engagement combinando strategie di inbound marketing e strumenti avanzati in grado di misurarne i risultati.

ESC

Siamo un'agenzia di trasformazione digitale dei processi marketing & sales e operiamo al fianco di aziende B2B per aiutarle a raggiungere i loro obiettivi di business. Partner Hubspot, Google e Meta, collaboriamo con le direzioni aziendali nella definizione delle strategie e con le funzioni operative per la realizzazione delle attività pianificate.



Visita il nostro sito



## Chi è stato con noi

Cristina Danelatos - Chief People & Digital Officer

Davide Fornasiero - Esc Agency

Alberto Franchini - Esc Agency

Alessandro Annese - Technogym

Marco Beltrami - Dallara

Antonio Busetto - Ceramiche Piemme

Sarah Galli - Praditus

Benedetta Izzo - ESC Agency

Lucia Landi - Bper

Cecilia Mengoni - Felsineo

Luca Nascimben - Rigoni

Alessandra Sportelli - Iungo

e altri...