

ERO UN DIPENDENTE... SONO UN #AMBASSADOR

Relatore:

Lucia Landi

Responsabile Risorse Umane
Cassa di Risparmio di Cento SpA

Milano, 12/10/2016



INDICE

Chi siamo: la nostra realtà e i nostri valori

Generazione di lavoratori a confronto

L'importanza dell'employer branding

Il passaggio da dipendente ad ambassador

Come gestire i social in azienda: policy

Nuove competenze in banca

Tecnologia come strumenti di coinvolgimento: etica del potenziamento umano

CHI SIAMO: LA NOSTRA REALTÀ E I NOSTRI VALORI

CHI SIAMO: LA NOSTRA REALTÀ E I NOSTRI VALORI

- > Operativa dal 1859
- > 47 sportelli
- > Province di Bologna, Modena e Ferrara
- > Fondazione Cassa di Risparmio di Cento
- > Più di 10 mila azionisti.
- > Promotrice dello sviluppo economico del suo territorio

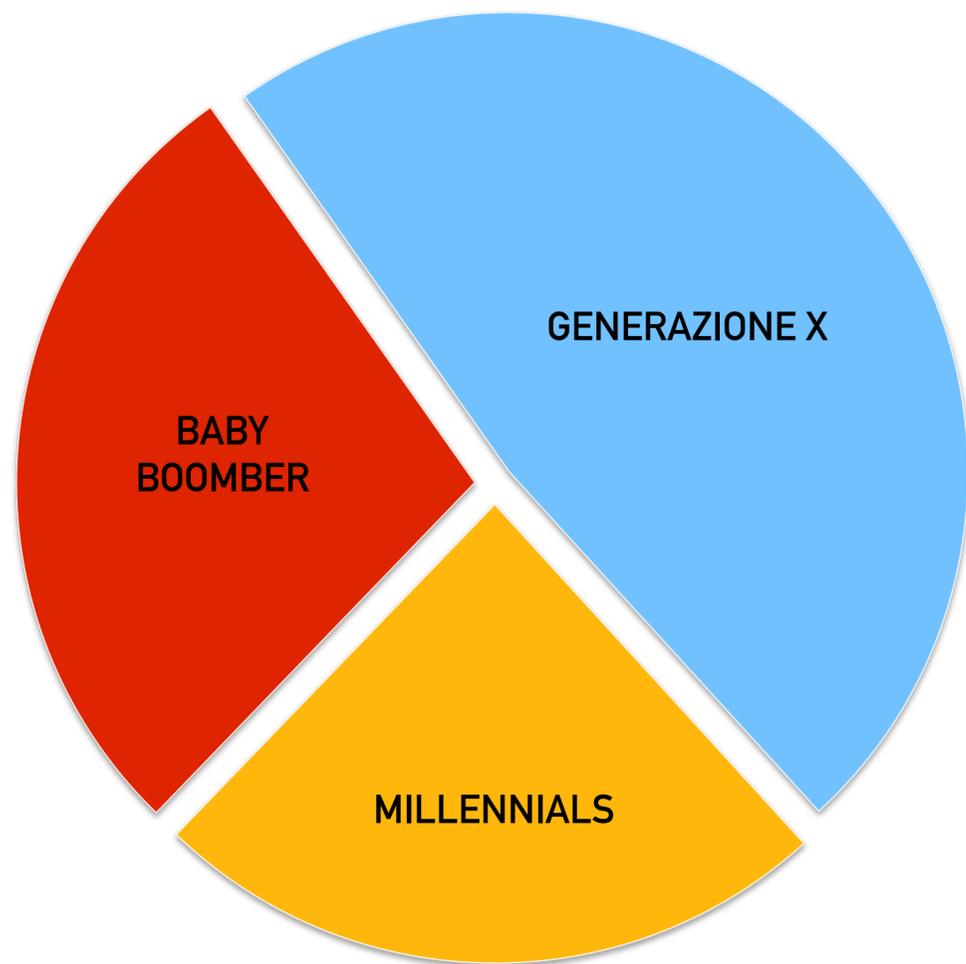
CHI SIAMO: LA NOSTRA REALTÀ E I NOSTRI VALORI



INTEGRITÀ
INNOVAZIONE
AUTONOMIA
COMPETENZA
RESPONSABILITÀ
VICINANZA

GENERAZIONE DI LAVORATORI A CONFRONTO

GENERAZIONE DI LAVORATORI A CONFRONTO



427 DIPENDENTI

120
BABY BOOMER
1946 - 1964

 
67 53

205
GENERAZIONE X
1965 - 1980

 
97 108

102
MILLENNIALS
1981 - 2000

 
47 55

0
GENERAZIONE Z
2000...

GENERAZIONE DI LAVORATORI A CONFRONTO

	STACANOVISTI INDIPENDENTI	LAVORARE PER VIVERE	INTRAPRENDENTI E INNOVATORI	IPERCONNESSI
ETICA DEL LAVORO E VALORI	Realizzazione personale	Indipendenza e responsabilità	Always-on	
IL LAVORO È...	una eccitante avventura	un contratto	un mezzo per raggiungere un fine	
STILE DI LEADERSHIP	consensuale	siamo tutti uguali	collaborativo	?
STILE DI INTERAZIONE CON GLI ALTRI	giocatori di squadra	imprenditore	partecipativo	
FEEDBACK E INCENTIVI	titolo di riconoscimento	libertà	in continuazione	
VITA LAVORATIVA E FAMILIARE	vivere lavorare	equilibrio	equilibrio	
	BABY BOOMERS	GENERAZIONE X	MILLENNIALS	GENERAZIONE Z

GENERAZIONE DI LAVORATORI A CONFRONTO

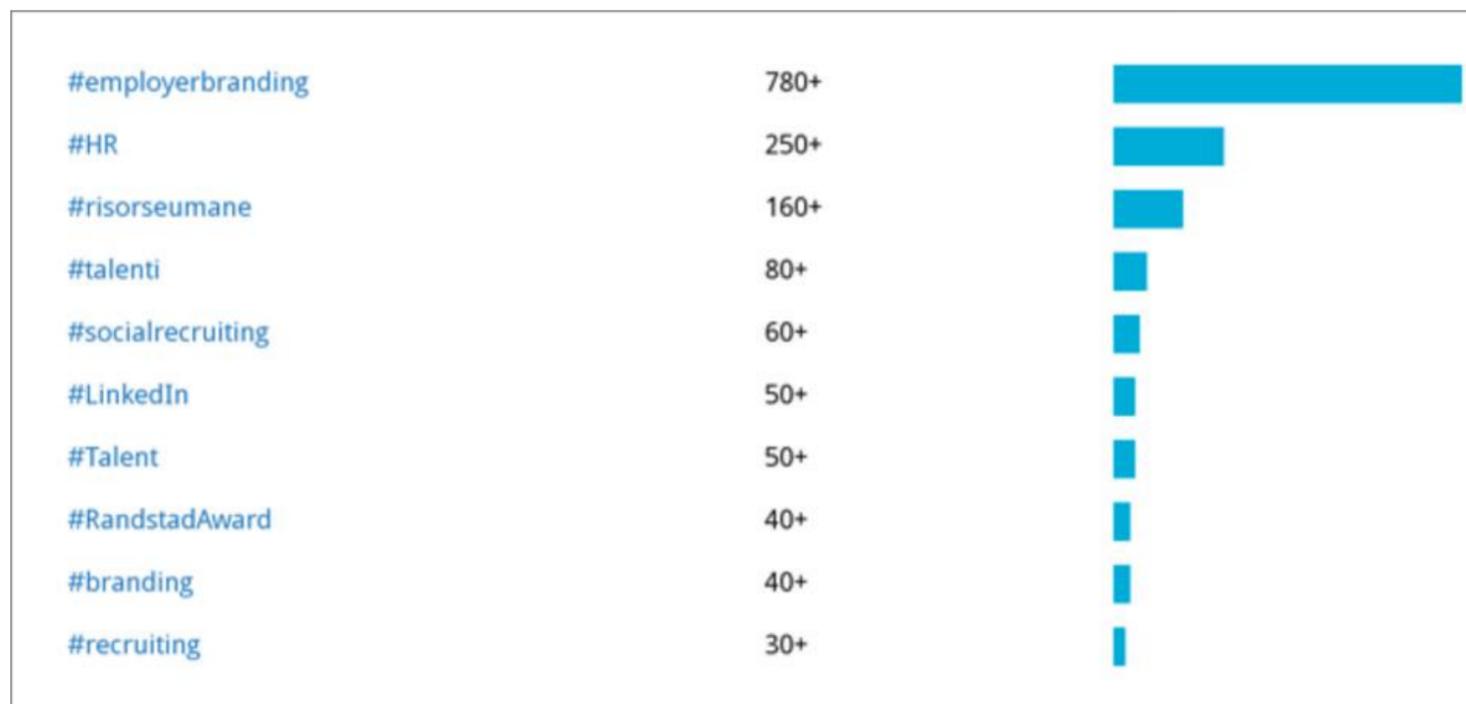
Il 79% delle generazioni dei Millennials è meno coinvolto e motivato rispetto alle altre generazioni.

GENERAZIONE DI LAVORATORI A CONFRONTO

Solo il 21% dei dipendenti pensa che i propri manager contribuiscano al coinvolgimento positivo sul lavoro.

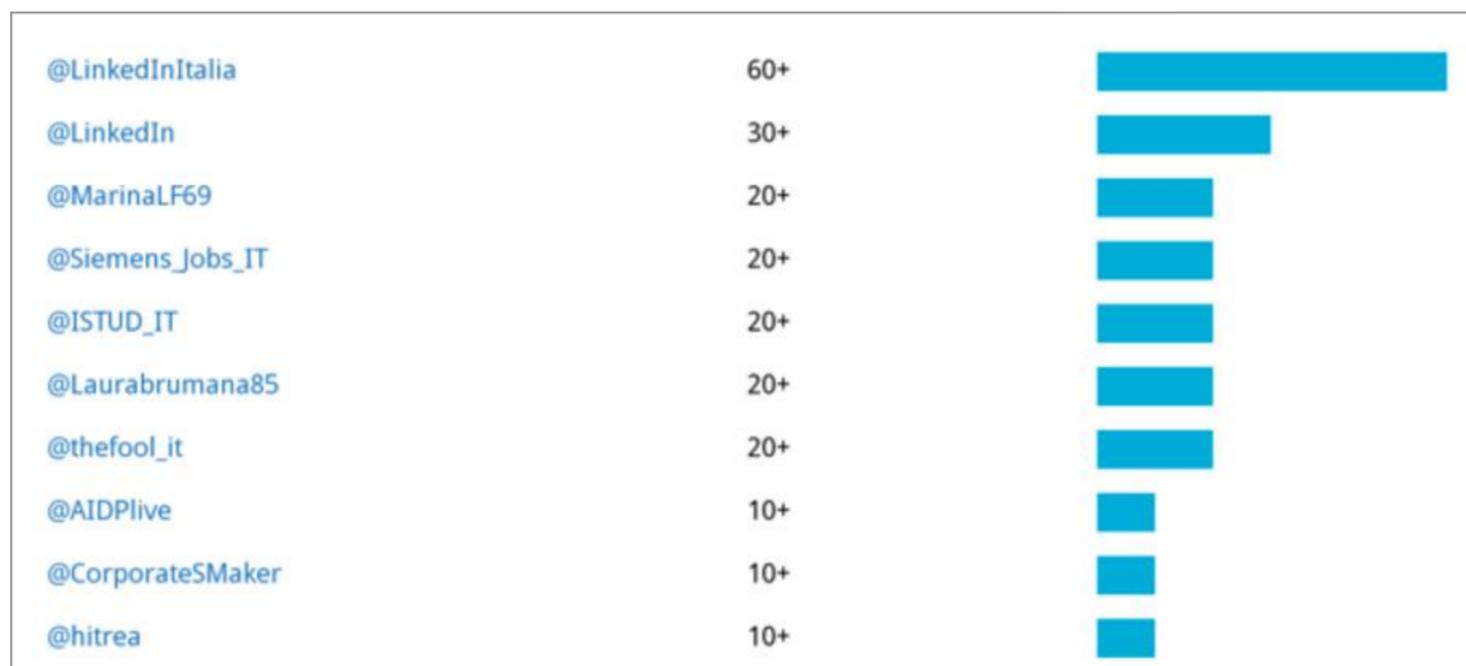
L'IMPORTANZA DELL'EMPLOYER BRANDING

L'IMPORTANZA DELL'EMPLOYER BRANDING



L'analisi dei Top Hashtag permette di cogliere i contenuti maggiormente dibattuti su Twitter.

In particolare, su questo Social Network oltre a parlare di **Employer Branding**, **HR** e **Risorse Umane**, si discute anche di **Social Recruiting** e naturalmente dello strumento principe in questo campo, **LinkedIn**.



I utenti Popolari sono quegli utenti, all'interno della piattaforma di Twitter, che sono stati maggiormente coinvolti nelle conversazione tramite la loro citazione all'interno di tweet o retweet ed i cui contenuti sono rientrati all'interno del perimetro di analisi.

IL PASSAGGIO DA DIPENDENTE AD #AMBASSADOR

IL PASSAGGIO DA DIPENDENTE AD #AMBASSADOR

Motivare e creare le giuste condizioni per trattenere i talenti in Azienda.



IL PASSAGGIO DA DIPENDENTE AD #AMBASSADOR



Un dipendente felice
diventa il tuo primo fan

IL PASSAGGIO DA DIPENDENTE AD #AMBASSADOR

I clienti non potranno amare un'azienda, se i dipendenti sono i primi a non amarla.



Cassa
di Risparmio
di Cento

IL PASSAGGIO DA DIPENDENTE AD #AMBASSADOR

#AMBASSADORTEAM





“ Caricento
è DINAMICA.
Abbiamo una cosa
in comune! ”

Cecilia





- > COINVOLGIMENTI INTERNO
- > COINVOLGIMENTO ESTERNO
- > SENSO DI APPARTENENZA
- > 29 COLLEGHI COINVOLTI
- > 29 PASSIONI PER LA CASSA

IL PASSAGGIO DA DIPENDENTE AD #AMBASSADOR

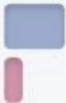
**MASSIMO
RISULTATO**

**MINIMO
INVESTIMENTO**

IL PASSAGGIO DA DIPENDENTE AD #AMBASSADOR



RISULTATI AMBASSADOR

13/04/2016 14:30	 Oggi ti presentiamo Fabio, i			4,8K		990 280	
27/04/2016 14:30	 Siamo felici di presentarti Al			5,3K		890 293	
11/05/2016 14:37	 Siamo orgogliosi del nostro			6,9K		1,1K 349	

- ▶ 4 K Interazioni organiche medie sui post
- ▶ Coinvolgimento interno: durante lo shooting e in fase di pubblicazione
- ▶ Coinvolgimento esterno: < 390 condivisioni spontanee sui post
- ▶ Sviluppo: forte senso di appartenenza

COME GESTIRE I SOCIAL IN AZIENDA: POLICY

**THINK
BEFORE
YOU
POST**

COME GESTIRE I SOCIAL IN AZIENDA: POLICY

**THINK
BEFORE
YOU
POST**

Le POLICY definiscono le LINEE GUIDA per l'utilizzo dei Social Media che deve avvenire nel rispetto:

- > delle norme di legge
- > del codice deontologico
- > della Carta dei Valori
- > disposizioni interne
- > principi di continenza formale e sostanziale

COME GESTIRE I SOCIAL IN AZIENDA: POLICY

> POLICY SOCIAL MEDIA

> POLICY CRM

> NETIQUETTE

> LINEE GUIDA



NUOVE COMPETENZE IN BANCA

NUOVE COMPETENZE IN BANCA

YOU'VE MASTERED THE SELFIE



NOW "MASTER THYSELF"



- > Flessibilità cognitiva
- > Negoziazione
- > Service orientation
- > Capacità di giudizio
- > Intelligenza emotiva
- > Capacità di coordinarsi con gli altri
- > Gestione delle persone
- > Creatività
- > Pensiero critico
- > Complex problem solving

NUOVE PROFESSIONI IN BANCA

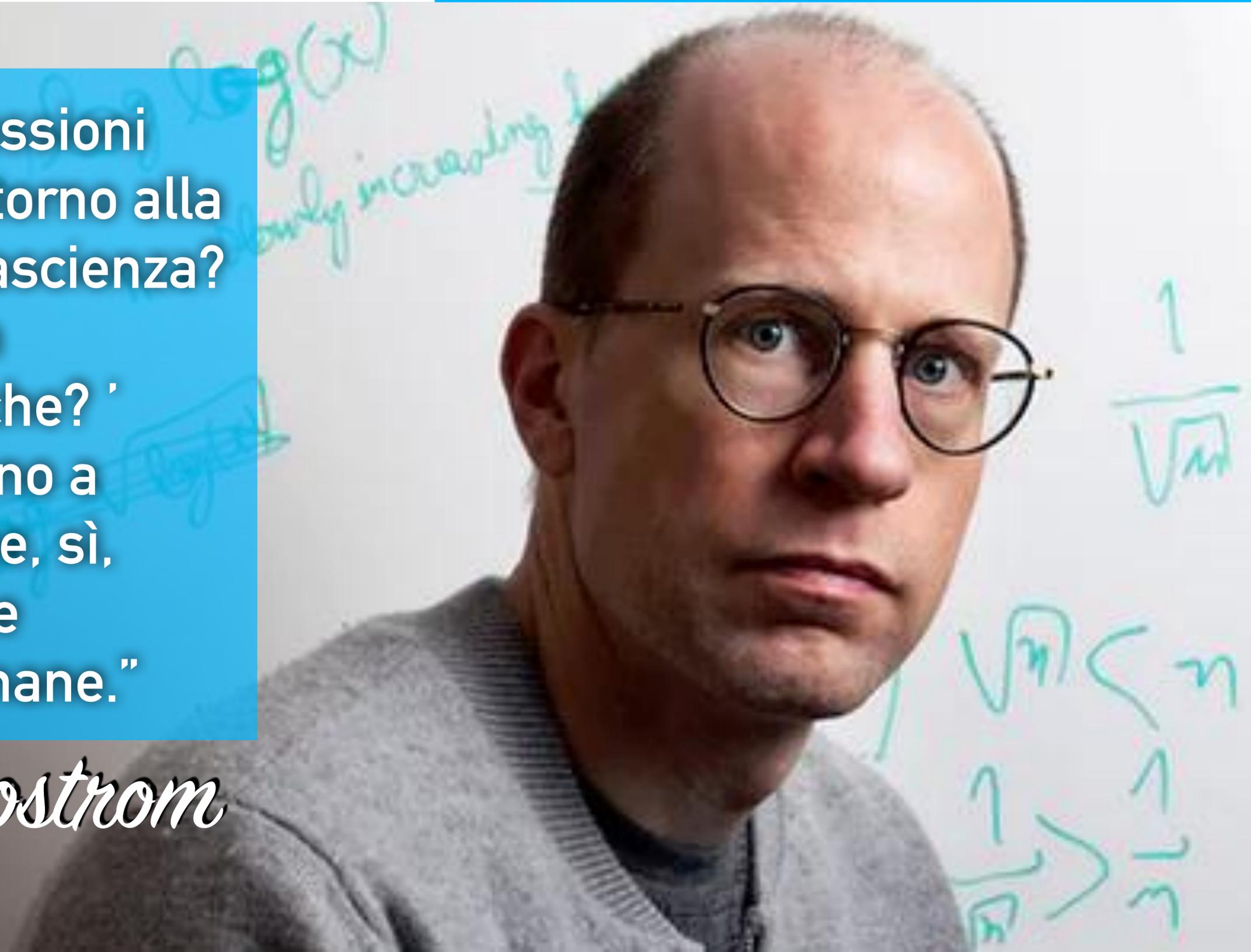
- > **Analisi del comportamento del cliente**
 - >> Big Data Manager, Data Analyst e Data Scientist
- > **Presidio dei canali digitali**
 - >> Esperti di motori di ricerca, Digital Marketing Manager, Web Content Manager e Social Media Expert
- > **Ingaggio del cliente**
 - >> Esperti di User Experience

ETICA DEL POTENZIAMENTO UMANO

ETICA DEL POTENZIAMENTO UMANO

“Qualche anno fa le discussioni ruotavano tipicamente attorno alla questione: ‘questo è fantascienza? O abbiamo a che fare con possibilità future realistiche?’ Oggi le discussioni tendono a partire dalla posizione che, sì, sarà sempre più possibile modificare le capacità umane.”

Nick Bostrom



La Realtà è
un'illusione,
solo la
conoscenza
libera
l'uomo.

Platone

ETICA DEL POTENZIAMENTO UMANO

Abbi il coraggio di
servirti della tua
propria intelligenza

Kant

ETICA DEL POTENZIAMENTO UMANO

Il mondo è una mia
rappresentazione.

Schopenhauer

IL VALORE DELLE PERSONE

Chi ha coraggio
ha avuto paura.

Monia, 38 anni
in Cassa di Risparmio di Cento da 10 anni

GRUPPO DIPENDENTI

The image shows a screenshot of a Facebook group page. At the top, the search bar contains the text 'Gruppo Dipendenti Cassa di Risparmio di Cento'. The user profile 'Esther' is visible in the top right corner. The group cover image features a stylized illustration of a person with a large 'CC' logo in the center, surrounded by various icons representing different aspects of life and work. The group name 'Gruppo Dipendenti Cassa di Risparmio di Cento' is displayed prominently, along with the status 'Secret Group'. Below the cover image, there are navigation tabs for 'Discussion', 'Members', 'Events', 'Photos', and 'Files'. A search bar for the group is also present. The left sidebar shows the user's profile 'Esther Intile' and a list of favorites and pages. The right sidebar includes an 'ADD MEMBERS' section with a search input field and a 'MEMBERS' section showing 174 members with profile pictures.

Facebook navigation bar: f Gruppo Dipendenti Cassa di Risparmio di Cento Esther Home

Group cover image: Illustration of a person with a large 'CC' logo, surrounded by icons like a globe, a thumbs up, a bicycle, and a gear.

Group name: Gruppo Dipendenti Cassa di Risparmio di Cento

Group status: Secret Group

Group actions: Joined, Notifications

Navigation tabs: Discussion, Members, Events, Photos, Files

Search bar: Search this group

Write Post, Add Photo / Video, Create Poll, More

Write something...

ADD MEMBERS: + Enter name or email address...

MEMBERS: 174 Members



GRAZIE PER LA VOSTRA ATTENZIONE

lucia.landi@crcento.it
Cassa di Risparmio di Cento SpA

