

ASCAI Media Awards 2023



15 maggio 2023

Il Digital Workplace del Gruppo Unipol

La multichannel Digital Strategy del Gruppo Unipol

La funzione Internal Communication & Digital Workplace del Gruppo Unipol da tempo persegue **una strategia di comunicazione multi-canale integrata e data driven.**

Un approccio basato su 2 elementi portanti:

- **la raccolta e l'analisi dei dati**, allo scopo di favorire e migliorare l'allineamento e l'ingaggio di tutti i colleghi verso gli obiettivi di business.
- **la combinazione di "strumenti/tasselli"** di volta in volta differenti e pensati per meglio veicolare messaggi specifici.

Si tratta **prevalentemente di strumenti digitali**, ma non solo. Rimangono infatti centrali anche **momenti di aggregazione** ed ingaggio più tradizionali quali gli Annual Meetings e le **condivisioni in presenza.**



6.278

utenti medi attivi giornalieri (lun – ven)



262
news



93
video



211
dem



12
Eventi di Direzione
per cascading interno



87
slider



1.061
documenti e allegati



5
Survey (9850 dipendenti coinvolti)

Dati 2022

La multichannel Digital Strategy del Gruppo Unipol



In questo documento illustreremo alcuni dei tasselli portanti che stanno alla base di questa ampia e variegata **Digital Multichannel Strategy** di coinvolgimento e ingaggio della popolazione aziendale, il cui scopo ultimo è porre il **collega e i suoi bisogni al centro** e creare **senso di appartenenza e cultura** aziendale.

In particolare:

- **UniTV**, la corporate Tv del Gruppo,
- **UniDuello**, un'APP di gaming che stiamo usando per supportare una Maggiore consapevolezza della cultura aziendale e degli obiettivi che la sottendono
- il nostro modello di **Digital Workplace** e le sue applicazioni pratiche all'interno di alcune funzioni aziendali

Il Digital Workplace in Unipol



COS'È:

Il **Digital Workplace** è uno spazio di co-working **interamente digitale** che dà l'opportunità di vivere un'esperienza **multidimensionale e multicanale**, dove **comunicare, collaborare**, scambiarsi best practice per la diffusione della conoscenza, e **lavorare** in modo più efficace in qualsiasi contesto.



PERCHÉ:

Valorizza la **dimensione collaborativa** attraverso l'**implementazione di nuove tecnologie e strumenti** e tramite l'**adozione di un nuovo mindset** sempre più orientato all'uso del digitale.

Abilita dunque un nuovo **modo di col-lavorare**.



VALORE:

Consente di realizzare e mettere a disposizione:

- **Una comunicazione aziendale unica, integrata e bidirezionale**
- **Un'integrazione di sistemi di collaborazione social**
- **La digitalizzazione dei processi aziendali di business**
- **Un repository unico del Know-How aziendale**

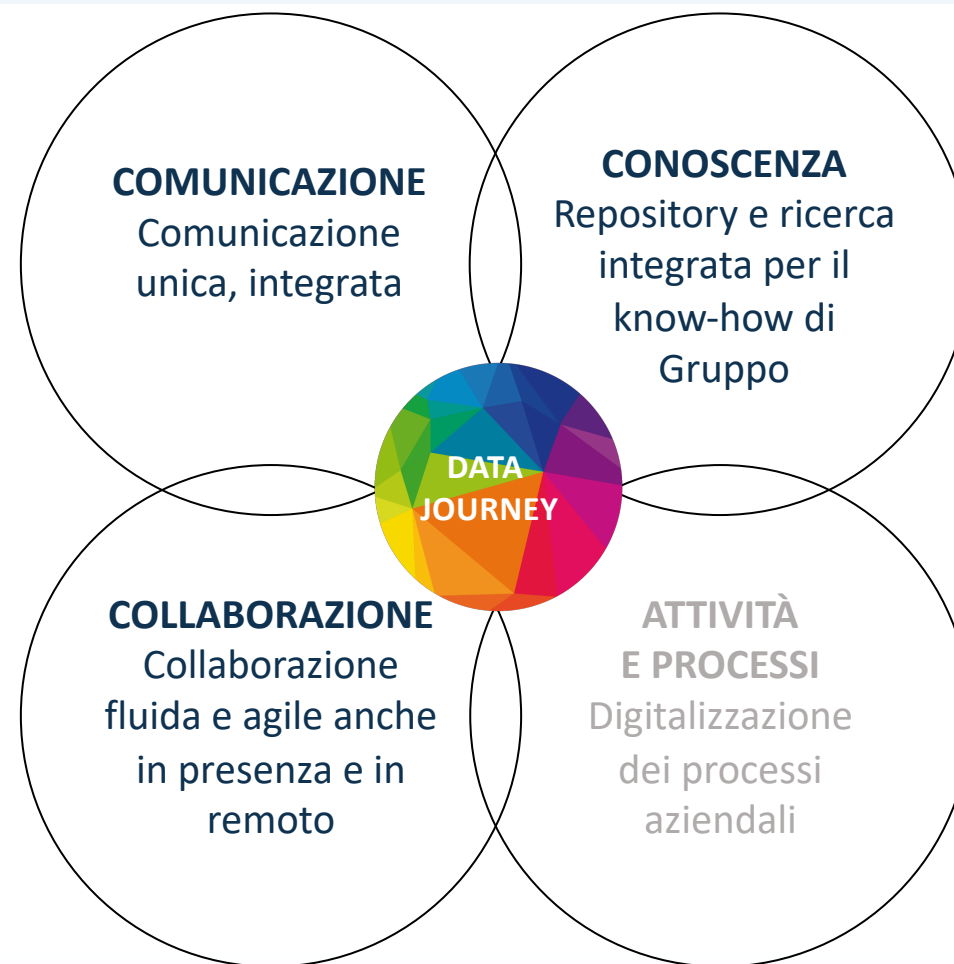


HP Digitl Workplace Chief Claims Officer

Il modello teorico di partenza

Alla base del Digital Workplace un modello consolidato e replicabile che si struttura su tre dimensioni: *comunicazione, collaborazione e gestione della conoscenza*.

Questo **modello**, tramite un **approccio collaborativo fondato sull'ascolto** e sulla **comprensione dei bisogni** della popolazione, rappresenta il punto di partenza per la **progettazione e l'implementazione** dei Digital Workplace ed è funzionale per **allargare lo sguardo sulle altre Direzioni e al Gruppo nella sua interezza**.



La metodologia di riferimento

Per l'implementazione del **Digital Workplace** è previsto lo sviluppo di un **processo di co-design** che prevede la **partecipazione di diversi stakeholder** e l'organizzazione di una serie di **iniziative di ascolto**.

Fase 1: ASCOLTO

*Ascoltare per comprendere
le esigenze dei colleghi*

Interviste **al management** e **survey** dedicate rivolte alla **popolazione aziendale** che hanno come obiettivo quello di identificare i bisogni di alto livello.

Fase 2: CO-DESIGN

*Valutare la risposta più
adeguata alle esigenze*

Una volta **raccolti** e **analizzati** i **bisogni di alto livello** emersi dalle attività di **workshop** si definiscono gli **scenari migliori** per **rispondere** alle **esigenze emerse**.

Fase 3: IMPLEMENTAZIONE

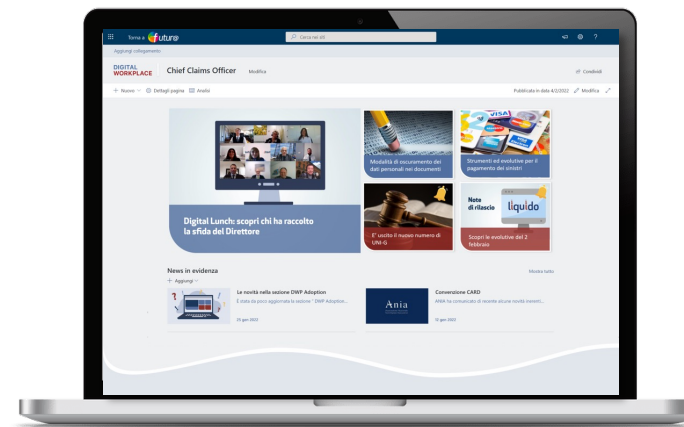
*Implementare
il Digital Workplace*

Una volta **identificato** lo **scenario** più indicato si passa alla **costruzione dell'ambiente**, dei suoi **contenuti** e di una **Governance**.

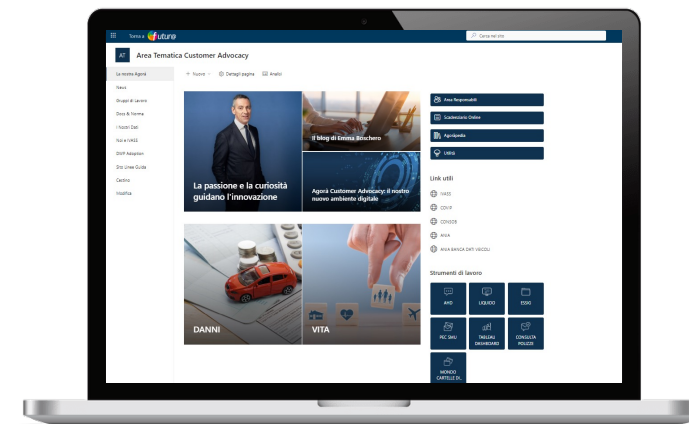
Dai bisogni mappati alla costruzione dell'ambiente vero e proprio

L'ascolto delle esigenze e l'orientamento all'efficienza del Digital Workplace conducono alla **creazione di un unico ambiente** che consente alle **persone di informarsi, comunicare, collaborare in modo facile ed intuitivo.**

- un **ambiente unico e condiviso** al cui interno **confluiscono funzionalità di natura tecnica**, tutte volte a **creare valore professionale per le persone attraverso nuove modalità di lavoro ed engagement all'interno dell'ambiente di lavoro;**
- **fruibilità sia in modalità desktop che mobile**, nella direzione di **migliorare l'accessibilità ai contenuti e ai documenti di lavoro**, integrandosi ancor più **nell'employee experience dei colleghi.**



HP Digital Workplace Chief Claims Officer



HP della Funzione Customer Advocacy

Il Comitato Editoriale: una Governance per l'aggiornamento costante dei contenuti

Per rendere l'ambiente sempre più attivo e dinamico è stata predisposta la creazione e formazione di un Comitato Editoriale ad hoc.

Il Comitato Editoriale è composto da un Responsabile Editoriale e dai Redattori, il cui compito è: coordinare i redattori le pubblicazioni in ambiente; pianificare, produrre e pubblicare i contenuti.

Per rendere autonomo il Comitato Editoriale sono stati predisposti:

- **materiale di accompagnamento:** linee guida di pubblicazione e di scrittura editoriale;
- **corsi di formazione dedicati:** garantire le conoscenze necessarie allo svolgimento del ruolo.



10.02.2022

AGENDA

- Spegnimento Area Sinistri su futur@
- Razionalizzazione dei contenuti
 - Proposta modifica copy per Area Sinistri su futur@
 - Proposta news per pubblicazione del 14/02

- PED: prossime pubblicazioni
- Mappatura materiali DWP Adoption per PED

Analytics Newsletter 2022

Evolutive tecniche

Reference ODG riunione settimanale

**FOCUS ON: Chief Claims Officer – Il primo pilota di
Digital Workplace del Gruppo Unipol**

Il lancio del primo Digital Workplace

Il 29 ottobre 2021 è stato rilasciato il **Digital Workplace del Chief Claims Officer** che ha consentito il passaggio da un **modo di lavorare frammentato** a una **soluzione efficace e funzionale** alle **esigenze delle sue persone**. Una **prima realizzazione di un'area collaborativa integrata all'interno dell'ecosistema digitale di Gruppo**.

UNICO PUNTO DI ACCESSO PROFILATO

per consentire che in un **solo ambiente** siano a disposizione gli strumenti deputati all'operatività della Direzione;

COMUNICAZIONI DIFFUSE

in modo efficace e organizzato per **favorire una simmetria informativa (cascading)**;

ABILITAZIONE DELLA COLLABORAZIONE

nella **produzione di documenti** e la **condivisione di informazioni** ed **efficientare i processi interni (co-editing)**;

CONDIVISIONE DI CONOSCENZE ORIZZONTALI

ampio **repository documentale** che favorisce la **conoscenza condivisa** e l'**attivazione di referenti** sulle tematiche della Direzione;

SUPPORTO NELL'ADOZIONE DEGLI STRUMENTI

linee guida di utilizzo a disposizione e **materiali formativi e informativi a supporto**.

La home page del Digital Workplace è così costituita:



HP Digital Workplace Chief Claims Officer

Un ambiente ricco di informazioni e contenuti sia di ingaggio che operativi...

- 1 **HomePage:** area soggetta ad editorialetà composta sezioni che consentono di visualizzare tutte le principali notizie e aggiornamenti pubblicati nell'ambiente
- 2 **Sidebar menu:** Cerca un collega, Visualizza il tuo profilo Utente, Comunica con Teams
- 3 **Strumenti di Lavoro** integrati all'interno dell'ambiente per consentire una diretta operatività e flusso di lavoro
- 4 **Contenuti trasversali:** principali documentazioni della Direzione e di usufruire dei principali strumento di monitoraggio
- 5 **DWP Adoption:** materiali informativi a supporto per poter utilizzare al meglio il Digital Workplace e **DWP Story** che ne racconta il percorso
- 6 **Aree tematiche:** cinque spazi digitali dedicati alle attività e alla collaborazione tra i colleghi appartenenti alla stessa Area
- 7 **Video in evidenza** con gli ultimi video pubblicati sempre in HP a portata di click
- 8 **Link utili** per agevolare l'operatività e far fruire agilmente i siti più funzionali

Risultati ad un anno dall'implementazione

Ad un anno **dall'implementazione** si riscontra un miglioramento della **collaborazione digitale** e della **comunicazione**, in generale un efficientamento e semplificazione delle modalità di lavoro; ciò è favorito da un **ambiente di lavoro unico**.



Elementi di successo

- La **Biblioteca virtuale**, sta consentendo un **accesso condiviso e semplice al know-how della Direzione**
- La **Community Pilota di pratica "Assistenza Liquido"** ha **efficientato la risoluzione di problematiche comuni**
- La **Comunicazione** consentendo di **raggiungere tutta la Direzione** favorendo **l'ingaggio**



Punti di Forza

- **Promozione:** Comunicare i vantaggi che il Digital Workplace ha sull'operatività.
- **Narrazione ingaggiante:** Comunicare attraverso modalità più innovative abilitano il cambiamento culturale
- **Creare comunità:** Ambiente inclusivo e semplice, aperto a contenuti più trasversali
- **Supporto & Formazione:** Fornire strumenti e conoscenze per rendere l'utilizzo del Digital Workplace funzionale
- **Ascolto continuo:** Monitoraggio e raccolta di feedback continuo (analytics)

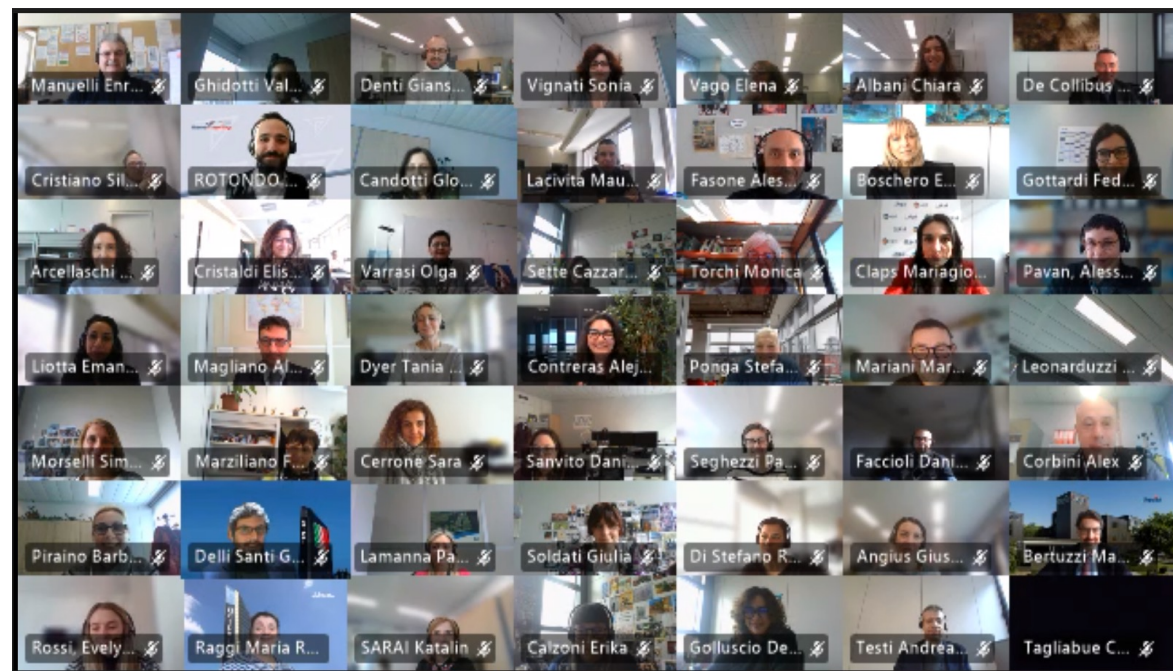
FOCUS ON: Chief Legal Officer - Customer Advocacy

Il rilascio dell'Area Tematica: l'abilitazione del cambiamento

Il 09 febbraio 2023 è stata ufficialmente inaugurata l'Area Tematica della funzione Customer Advocacy.

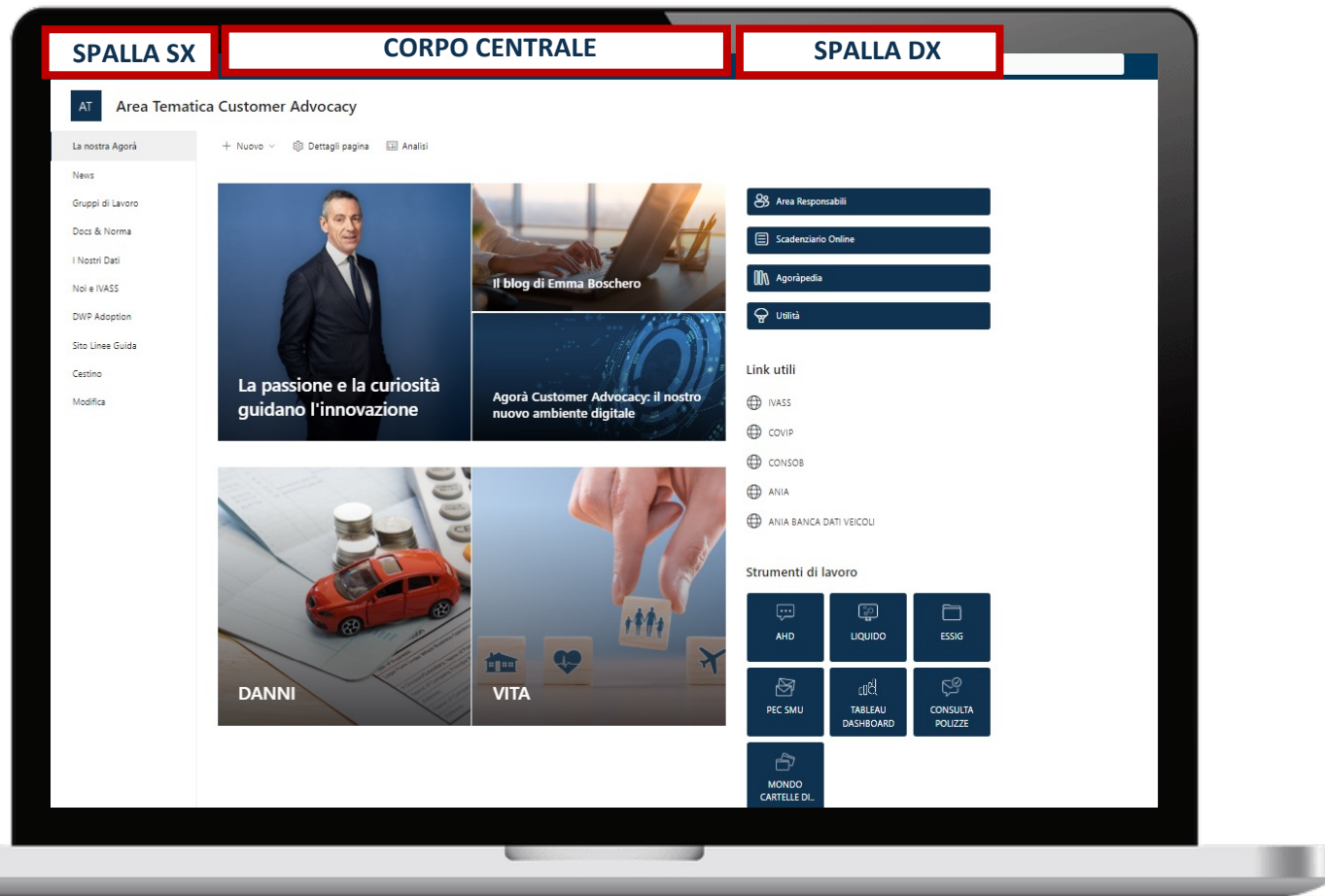
Per presentare all'intera funzione e raccontare quali opportunità e benefici porta con sé la corretta adozione dell'ambiente e degli strumenti ad esso integrati è stato organizzato un incontro online dedicato.

L'incontro ha voluto trasferire il valore strategico e innovativo del progetto celebrando insieme all'intera funzione Customer Advocacy il rilascio dell'Area Tematica.



Screenshot dell'incontro in video conferenza

La home page del Digital Workplace della funzione Customer Advocacy è così costituita:



CORPO CENTRALE

Nel corpo centrale

- Una **sezione Hero Banner** che funziona da vetrina, per un accesso diretto ai contenuti di maggiore interesse e utilità per la funzione
- Una **sezione documentale** che raccoglie l'accesso a **Danni e Vita**

SPALLA SX

- Icona di accesso a **News**, da cui consultare l'intera **repository** di articoli
- Una **sezione Gruppi di Lavoro** per l'accesso alle pagine dedicate ai Gruppi di Lavoro, con una repository documentale e relativo spazio di **co-editing** per modificare e visionare gli aggiornamenti dei colleghi su documenti di varia natura.
- Icona di accesso a **Docs e Norma** (sezione documentale al cui interno sarà presente la sezione **Normativa Esterna, Interna e Manuali**)
- Icona di accesso a **I nostri dati**
- Icona di accesso a **Noi e IVASS**
- Link al Sito **Linee Guida**, per supportare i colleghi

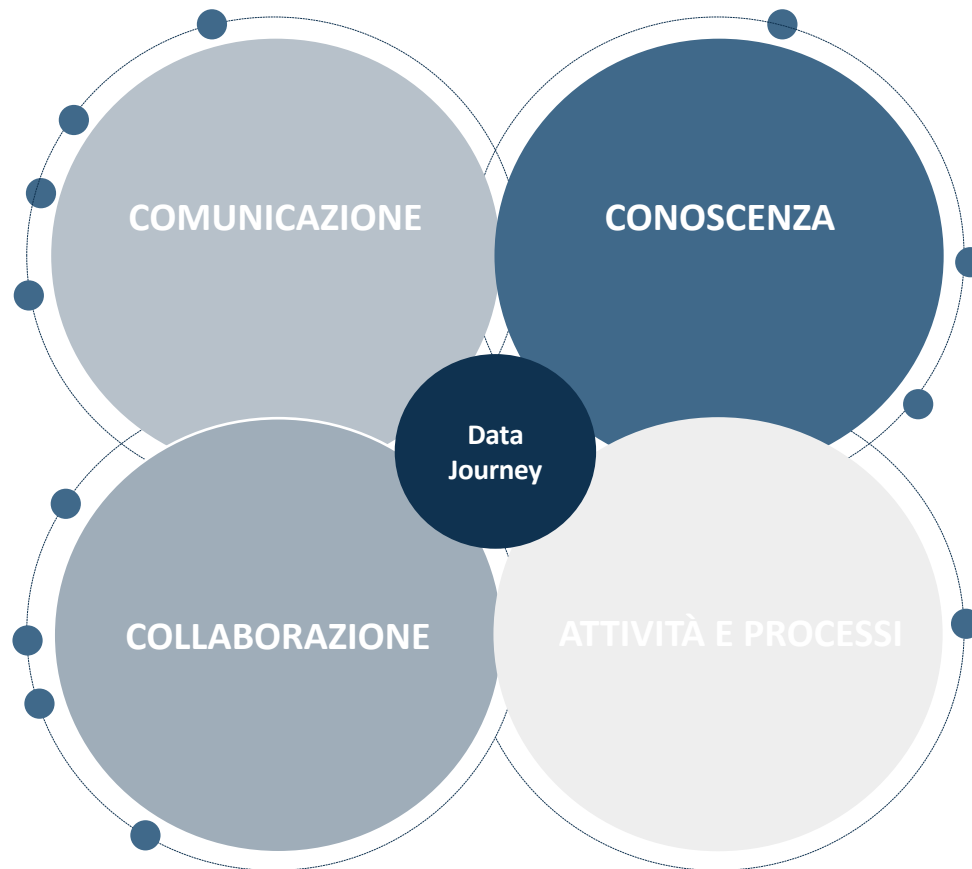
SPALLA DX

- Un'area visibile e accessibile solo ai **Responsabili**
- Un tab di accesso agli **strumenti operativi Scadenziario**
- **Agorapedia**, un glossario di ricerca utilizzato da Customer Advocacy
- Una sezione **Siti Utili** che agevola l'operatività dei colleghi per fruire agilmente dei link che vengono consultati abitualmente
- Una sezione che consente i collegamenti agli **Strumenti di Lavoro**.

Le soluzioni adottate per rispondere alle necessità della funzione Customer Advocacy

- Ampia **visibilità** alle **novità più importanti** e **diffusione di comunicazioni in modo efficace e organizzato**
- Un hero banner dedicato alle **comunicazione one-to-many** e i **messaggi istituzionali**
- Sezione dedicata alla **raccolta delle news, in modo organizzato e per topic che andranno via via a sostituire l'invio delle mail**
- Ingaggio favorito da **contenuti sempre in HP e a portata di click** e **soggetti ad editorialità**


- **Collaborare sullo stesso file contemporaneamente** ad altri utenti e vedere in **tempo reale** ogni modifica e condividere documenti
- Recuperare **vecchie versioni** di un documento, risalendo allo **storico** delle revisioni
- Archiviare su **cloud** per garantire **piena accessibilità** ai file e **collaborazione** tra colleghi e dunque **flussi collaborativi più agili e immediati**
- Reperibilità delle informazioni attraverso un **accesso rapido agli strumenti di lavoro** e un unico **punto di accesso profilato**




- Supporto alla **diffusione e condivisione di conoscenze** orizzontali (best-practice e competenze) avverrà grazie ad un ampio **repository documentale** che favorirà la conoscenza condivisa e il confronto sulle modalità di lavoro (procedure aziendali, operatività...)
- Condividere soluzioni di successo attraverso la loro **anteprima in Home Page** e reperire Informazioni in modo agevolato tramite **Link in evidenza**
- **Sviluppo di competenze digitali** e nuove potenzialità da esplorare e sfruttare

- (Out of Scope)

LEGENDA

 Evidenze di miglioramento

 Area di possibile sviluppo

CONCLUSIONI

Il Digital Workplace: un modello vincente e replicabile

Considerati i vantaggi apportati dal **Digital Workplace del Chief Claims Officer**, esso si pone come **esempio virtuoso da seguire**, infatti ha permesso la replicabilità per un'altra funzione del Gruppo, ovvero **Customer Advocacy di Chief Legal Officer**.

Il **progetto** e la sua **implementazione** ha apportato **numerosi vantaggi** e **favorito un nuovo modo di col-lavorare**. **Mettendo a disposizione uno spazio di co-working digitale** in cui poter condividere documenti, conoscenza e iniziative riguardanti il **proprio specifico gruppo di lavoro**.

Impatti strategici

- Modalità di collaborazione digitale
- Un unico ambiente di lavoro

Obiettivi di business conseguiti

- Riduzione delle e-mail e delle chiamate alla funzione operations e call center Direzione Claims
- Ricezione di informazioni e notifiche
- Decommissioning delle oltre 8 piattaforme di gestione interne

Impatti oltre la Direzione Claims

- Creazione di un modello, attualmente in corso di replicazione in un'altra grande Direzione, la Direzione Commerciale, ma anche presso altre Direzioni e Società del Gruppo.

Grazie