

Il nuovo programma di HP, **Employee Brand Engagement**, realizzato in tutto il mondo e presentato ai dipendenti in Italia in questi giorni, concretizza questa filosofia. Il programma ha l'obiettivo di coinvolgere i dipendenti nella diffusione del brand HP, dei suoi valori, dei prodotti e della Global Citizenship dell'azienda. I dipendenti HP diventano così

“HP Brand Ambassador”

, protagonisti in prima linea nelle scelte aziendali in ambito di responsabilità sociale e non solo.

Demo Day è il programma dedicato a tutti i dipendenti che desiderano affrontare una nuova esperienza lavorativa, misurandosi nelle vendite dirette dei prodotti consumer. Per una giornata i dipendenti di HP si trasformano in *“promoter”* nei punti vendita. Due gli obiettivi: dare ai dipendenti di HP la possibilità di un contatto diretto con i clienti, comprendendone sia le aspettative sia i bisogni; scoprire le attitudini professionali dei dipendenti aiutandoli a identificare nuove inclinazioni lavorative. Il programma Demo Day sottolinea la

grande attenzione di HP verso i suoi clienti

, la total customer experience, e il forte orientamento alla soddisfazione del cliente stesso come valore culturale di tutti i dipendenti. HP prepara i suoi dipendenti a questa esperienza offrendo dei training mirati con esperti.

Rivolto alle Università italiane, il programma valorizza il legame e l'interesse di HP verso le Università. I dipendenti HP propongono all'azienda un'università che abbia interesse a sviluppare un progetto su tematiche prescelte dall'azienda: **ambiente, imprenditorialità, formazione, sanità**.

A fronte della presentazione di un progetto, HP premierà con donazione di tecnologie, le Università più meritevoli che abbiano evidenziato l'importanza della tecnologia e abbiano contribuito alla diminuzione del digital divide, obiettivo strategico per HP. I progetti saranno valutati dal Comitato di Donazioni di HP e vedranno il supporto di un dipendente di HP, un

Brand Ambassador

, in tutto il periodo di esecuzione.

Employee Giving Program: anche questo programma rientra nella Global Citizenship. Obiettivo di questo programma è sostenere l'impegno di volontariato dei dipendenti nei confronti di organizzazioni no-profit, scuole e associazioni, con donazioni di tecnologie informatiche. Anche in questo caso, verranno valutati progetti che abbiano nella tecnologia un forte alleato.

“In tutti questi progetti, i protagonisti siamo noi, gli HP Brand Ambassador. Attraverso queste attività possiamo trasferire i valori del nostro brand, far conoscere meglio i nostri prodotti, valorizzare la nostra presenza sul mercato ed essere più vicini ai nostri clienti”, ha commentato Rosmara Ranieri, Corporate Marketing Manager di HP Italiana.

“L'aver posto al centro di queste iniziative i dipendenti di HP, sottolinea l'importanza delle persone per la nostra azienda. Non si può parlare di dipendenti come stakeholders se gli stessi non sono protagonisti delle scelte e della vita aziendale. Creare dei Brand Ambassador significa contribuire direttamente allo sviluppo delle comunità in cui HP è presente. La donazione di tecnologia rappresenta un modo tangibile e direttamente misurabile della Global

I dipendenti HP diventano i primi Brand Ambassador - Notebook Italia

Scritto da Gaetano Monti

Mercoledì 09 Aprile 2008 10:35 - Ultimo aggiornamento Mercoledì 09 Aprile 2008 10:46

Citizenship".

{loadposition user6}