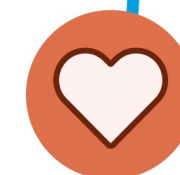


# Lo.Li. Pharma LinkedIn Ambassador

Un programma di Employee Branding che valorizza  
i dipendenti come ambasciatori del brand su LinkedIn.



# Razionale del progetto

In un mondo digitale in continua evoluzione, la reputazione aziendale non passa solo attraverso canali corporate, ma anche attraverso le persone che ne fanno parte. I dipendenti rappresentano la voce più autentica dell'azienda e il loro coinvolgimento nella comunicazione istituzionale genera un impatto maggiore rispetto ai canali ufficiali.

## Obiettivi principali:

1

### Migliorare la brand awareness

attraverso contenuti condivisi dai dipendenti.

2

### Coinvolgere e valorizzare il capitale umano

rafforzando il senso di appartenenza.

3

### Creare una cultura aziendale digitale

supportando i dipendenti nella gestione della propria immagine professionale.



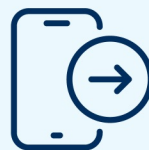
# ● Descrizione del progetto

Il programma prevede la selezione e il coinvolgimento attivo di dipendenti in vari reparti aziendali, trasformandoli in **LinkedIn Ambassador**.

Ogni partecipante riceve formazione su come comunicare efficacemente su LinkedIn, seguendo linee guida che garantiscono coerenza e professionalità. L'adesione è stata su base volontaria.

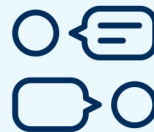


## Attività principali:



### PUBBLICAZIONE E CONDIVISIONE DI CONTENUTI AZIENDALI

sui propri profili LinkedIn.



### PARTECIPAZIONE A DISCUSSIONI

per stimolare engagement e interazione.



### CREAZIONE DI POST ORIGINALI

su eventi, esperienze lavorative e innovazione aziendale.



### SISTEMA DI GAMIFICATION E PREMI

con riconoscimenti annuali per gli Ambassador più attivi.

# Elementi distintivi del progetto



## PIANO EDITORIALE STRUTTURATO

per garantire continuità e qualità dei contenuti, con linee guida chiare per tutti gli Ambassador.



## SUPPORTO E FORMAZIONE CONTINUA

con workshop dedicati, tutorial e momenti di confronto per migliorare la comunicazione online.



## UN SISTEMA DI PREMIAZIONE E RICONOSCIMENTO

che motiva i partecipanti a essere attivi e coinvolti, includendo titoli come *Top Ambassador*, *Reaction Leader*, *Selfie Superstar* e *Digital Ninja*.



**Lo.Li. Pharma  
Digital Ninja**



**Lo.Li. Pharma  
Selfie Superstar**



**Lo.Li. Pharma  
Reaction Leader**

**LO.LI. PHARMA  
TOP AMBASSADOR** 4902 pt  
**SIMONA DINICOLA**  
Ha promosso la cultura aziendale con autenticità, influenza e passione, grazie al maggior numero di post pubblicati, reazioni, commenti e ricondivisioni.

**LO.LI. PHARMA  
DIGITAL NINJA** 100 post  
**ELISA LEPORE**  
Ha realizzato il maggior numero di post con intelligenza e creatività, valorizzando il proprio profilo e l'immagine della nostra azienda.

**LO.LI. PHARMA  
REACTION LEADER** 1275 reazioni e commenti  
**PASQUALE LISTA**  
Ha ottenuto più reazioni e commenti, catturando l'attenzione della community e diventando un vero e proprio "Leader".

**LO.LI. PHARMA  
SELFIE SUPERSTAR** 858 reazioni e ricondivisioni  
**ILENIA SORRENTINO**  
Ha condiviso valori, spirito e identità, trasformando le foto personali o i selfie virali su LinkedIn.

# Elementi distintivi del progetto



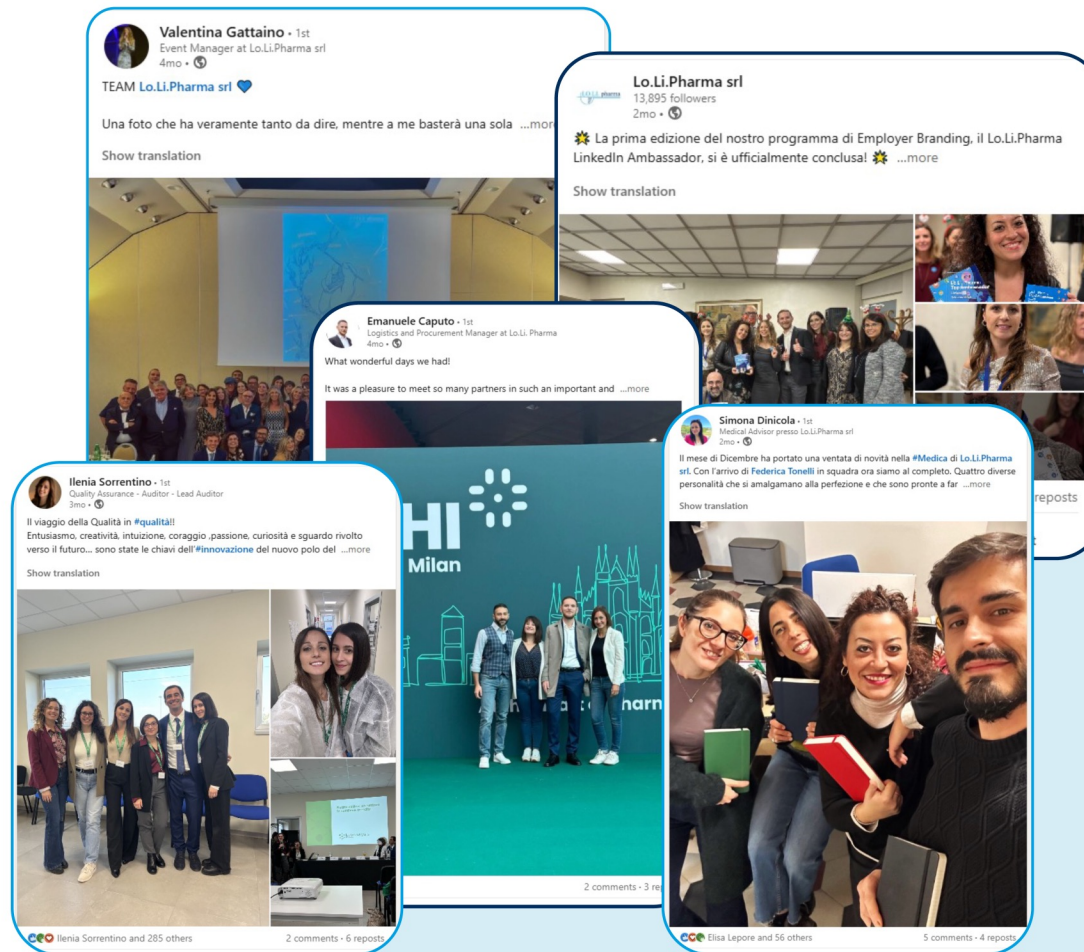
## AMBIENTE DIGITALE COLLABORATIVO

con gruppi di discussione e spazi dedicati per la condivisione di idee e suggerimenti.



## CULTURA AZIENDALE INCLUSIVA

che permette a tutti i dipendenti di partecipare attivamente alla costruzione dell'immagine aziendale.



# Risultati del progetto

**+22%**

**CRESCITA DELLA  
COMMUNITY LINKEDIN  
AZIENDALE**

rispetto all'anno precedente.

**13**

**AMBASSADOR ATTIVI**

nel primo anno, con un  
aumento dell'engagement  
aziendale.

**600**

**POST**

generati dai dipendenti  
seguendo il regolamento.



**MAGGIORE  
COINVOLGIMENTO  
E RETENTION DEI  
DIPENDENTI**

incentivati a partecipare  
attivamente.



**INCREMENTO  
DELLA VISIBILITÀ  
E CREDIBILITÀ AZIENDALE**

grazie a contenuti autentici  
e spontanei.

# ● Classifiche mensili e coinvolgimento

Per mantenere alta la motivazione e il coinvolgimento, ogni mese abbiamo inviato ai partecipanti la **classifica provvisoria degli Ambassador**, aggiornata con i punteggi ottenuti. Questo ha permesso di creare una sana competizione interna e incentivare la partecipazione attiva.

I partecipanti hanno avuto così modo di monitorare i loro progressi, confrontarsi con i colleghi e migliorare le proprie strategie di comunicazione su LinkedIn.



# ● Perché il progetto è innovativo



## **APPROCCIO UMANO E AUTENTICO**

i dipendenti diventano il volto dell'azienda, rendendo la comunicazione più credibile.



## **VALORIZZAZIONE DELLE COMPETENZE DIGITALI**

dei dipendenti, potenziando la loro presenza online e la loro crescita professionale.



## **STRATEGIA DI EMPLOYEE ADVOCACY STRUTTURATA**

con gamification e premi per incentivare la partecipazione.



## **IMPATTI POSITIVI SULLA CULTURA AZIENDALE**

rafforzando il senso di appartenenza e la condivisione dei valori.

---

Con **Lo.Li. Pharma LinkedIn Ambassador**, abbiamo trasformato la comunicazione aziendale in un'esperienza condivisa, dimostrando che l'innovazione passa anche attraverso le persone.

---

# Premiazione

