Pubblicato il 20/02/2024

CARTORANGE: UN SUCCESSO LA PRIMA EDIZIONE DI "AROUND THE WORLD"

Ampia adesione per la prima edizione dell'iniziativa di rewarding con obiettivi individuali

Il viaggio su misura al centro di tutto descrive bene la vision del brand CartOrange e testimonia idealmente anche lo spirito dell'innovativa iniziativa di rewarding "Around the World", dedicata alla rete dei propri consulenti: la prima edizione ha raccolto un grande apprezzamento, portando il brand a voler premiare i migliori risultati lo scorso fine settimana con un raffinato Gala Dinner. Al termine del primo anno, le adesioni hanno superato, infatti, l'80%, con performance superiori alle aspettative.

Fulcro della meccanica: gli obiettivi a misura di singolo business. Proprio come in un viaggio tailor made, dove tutto viene calibrato sulle esigenze del cliente, allo stesso modo, per "Around the World", i chilometri-premio guadagnati dai partecipanti sono associati a obiettivi che ognuno di essi si pone e non a valori assoluti. Grazie a questa dinamica, la vincita dell'ambito premio finale - il viaggio dei sogni attorno al mondo – è alla portata di tutti i partecipanti e non solo di quelli che producono il maggior fatturato.

L'evento si è svolto presso Palazzo Borghese a Firenze, una location di prestigio che ha fatto da cornice ideale per una serata all'insegna dell'eccellenza, la dedizione e lo spirito avventuroso dei Consulenti per Viaggiare®. Oltre 100 i partecipanti che, oltre a festeggiare i vincitori, hanno vissuto un prezioso momento di confronto e condivisione, alla presenza di colleghi e del management del brand.

"Siamo davvero molto soddisfatti del bilancio di questa prima iniziativa di Around the World, che ha raccolto un numero di adesioni davvero superiore alle aspettative. Volevamo creare qualcosa di particolare per riconoscere il valore dei nostri Consulenti, facendo leva soprattutto su ciò che caratterizza la nostra cultura aziendale: la cura delle esigenze e delle caratteristiche delle singole persone, siano essi clienti o consulenti. Per questo abbiamo deciso di giocare sul tema del viaggio, abbandonando, attraverso la gamification, la logica del fatturato in termini assoluti e creando uno strumento strategico di motivazione: con iniziative come questa stimoliamo i consulenti a superare i propri limiti, a prefissare obiettivi ambiziosi e ad affrontare piccole e grandi sfide contro se stessi, dando importanza all'aspetto ludico. La serata di Firenze è stata un bel momento anche per confrontarci di persona su ciò che è piaciuto di più e su ulteriori miglioramenti. La seconda edizione è entrata nel vivo, con ottimi numeri, e come quest'anno sarà suggellata da un evento ad hoc", ha commentato Gianpaolo Romano, amministratore delegato di CartOrange.

E proprio per far sì che l'iniziativa sia un tributo al desiderio di mettersi in gioco, garantendo un riconoscimento più ampio delle prestazioni, oltre al Vincitore Nazionale, Giuseppe Gianassi di Firenze, che si è distinto per aver accumulato il maggior numero di chilometri sulla base degli obiettivi stabiliti, sono stati premiati anche i Vincitori per area geografica: Giovanni Barbera è stato il migliore nell'area Lombardia; Elisa Loriato nel Triveneto, Maria Paola Canavesi nell'area Milano, Marta Pennino nel Nord-Ovest, Raffaella Bompani nell'area Adriatico, Andrea Bruni nell'area Sud e Jessica Sardella nell'area Centro e Isole.

Per informazioni e prenotazioni:
www.cartorange.com

Ufficio Stampa CartOrange:
AT Comunicazione – Milano
349.2544617
Alessandra Agostini – agostini@atcomunicazione.it
Claudia Torresani – torresani@atcomunicazione.it