

Il capitale umano

AZIENDE E WELFARE

Site by Site (digital marketing) «Ritrovare la socialità» Scatta il team building

Dopo due anni di pandemia si riparla di comfort e flessibilità in ufficio, con un'attenzione al «gruppo»

F

lessibilità di orari e comfort sia in ufficio che a casa per chi fa lo smart working, welfare dedicato a mamme e papà, percorsi con un nutrizionista per porre attenzione al proprio stile di vita e la realizzazione di nuove iniziative di team per ricreare la socialità persa in questi ultimi due anni: Site by Site inizia il 2022 investendo sulle persone, dopo essersi lasciata alle spalle un '21 molto positivo.

L'agenzia di digital marketing e comunicazione fondata da Nicola Bruno e Alberto Baracco ha chiuso l'anno con una crescita del fatturato pari al 30% sul 2020. Merito di un ampliamento della base clienti, aumentati del 15%, e dei rinnovi, anche questi cresciuti degli stessi punti percentuali. Oltre a ciò, la riconferma come Google Premier Partner, entrando nel 3% dei migliori partner per la pubblicità su Google Italia. Numeri che, come sottolineano ora i due imprenditori, rappresentano «la base per obiettivi di sviluppo ancora più ambiziosi per il 2022». Come? Proseguendo il proprio percorso strategico omnicanale su scala internazionale e puntando sempre di più su qualità e benessere delle persone.

Gennaio ha fornito le prime indicazioni sulle intenzioni della società, che nel frattempo ha trasformato la propria ragione sociale in Spa con l'obiettivo di aprirsi a nuove figure manageriali e, più in generale, a ulteriori possibilità. Nel primo mese dell'anno Site by Site ha assunto due nuo-

vi dipendenti, il primo nell'area sales e il secondo in quella del marketing. Segno dell'intenzione di proseguire su una strada già tracciata nei mesi precedenti: durante il 2021, infatti, la società ha incrementato del 20% il proprio organico in entrambe le sedi di

Padova e Milano. Proprio su quest'ultima si punterà nell'imminente futuro, lanciando nuovi progetti a livello internazionale e investendo sulla formazione con progetti personalizzati.

Di fondo, poi, l'avvio di diverse iniziative legate al welfare aziendale. L'obiettivo è quello di rendere l'ambiente di lavoro a misura di ciascuno. Si parte, così, dalla flessibilità di orari e comfort offerti ai dipendenti impiegati in ufficio ma anche di quelli che lavorano da casa attraverso lo smart working. Idee, poi, pensate per le mamme e i papà. Ma anche una consulenza con l'avvio di un percorso specifico con un nutrizionista in modo da migliorare, dove serve, il proprio stile di vita.

Infine, il «team building». Un aspetto che la pandemia ha totalmente annullato. La società intende infatti ricreare la socialità persa in questi due anni attraverso momenti di condivisione e incontro, ma naturalmente sempre nel rispetto delle regole ancora vigenti per il contenimento dei contagi.

«Abbiamo concluso il 2021 secondo le aspettative, riflettendo perfettamente il nostro payoff "Value, step by step", che incarna infatti in modo essenziale la centralità e l'interconnessione delle persone, il valore e la qualità di ogni nostro progetto e relazione - spiegano Bruno e Baracco -. È proprio passo dopo passo che siamo riusciti a costruire una realtà che oggi

può contare su un team di 50 persone, che quest'anno amplieremo ulteriormente e coinvolgeremo sempre di più nella crescita dell'azienda. La cultura è uno dei nostri pilastri fondamentali e crediamo sia sempre più centrale per noi stessi e per i nostri clienti. Per questo partiamo da noi: potenziando il nostro investimento in percorsi di formazione sempre più mirati alla crescita professionale di ognuno, creando un ambiente speciale e capace di stimolare e rendere di valore ogni cosa che facciamo».

A.R.T.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Baracco e Bruno
Ripartiamo da noi, investendo in formazione e creando un ambiente capace di stimolare