

L'evoluzione digitale è strategia di business. Le risorse umane hanno subito rilevato le opportunità che il digitale offre per l'incremento dell'efficacia in ogni attività. Ciò ha consentito di migliorare capacità di comunicazione e coinvolgimento, interno ma anche verso i candidati d'interesse, e di semplificare e perfezionare i processi di sviluppo e gestione delle persone e dell'organizzazione nel suo complesso. Tutto ciò contribuisce a migliorare l'esperienza lavorativa e in generale l'efficacia del rapporto con l'azienda». Per Gianluca Nardone, la tecnologia è diventata negli ultimi anni strumento di crescita, e non solo per l'azienda pescarese (dal 1992 diventata joint venture paritetica tra Gruppo Angelini e Procter & Gamble), produttrice di marchi come Pampers, Lines, Tampax e Ace.

Velocità di crescita - «La tecnologia digitale ha sostenuto la volontà di crescita di Fater che è passata, negli ultimi tre anni, dall'operare in Italia con i prodotti assorbenti a servire 39 paesi con le nuove categorie. La digitalizzazione consente alle risorse umane di supportare il processo di crescita anche attraverso la tecnologia Big Data, che offre insight inediti per affrontare con efficienza ed efficacia le nuove sfide, permettendo tra l'altro di correlare informazioni sui comportamenti con quelle sulle conseguenze economiche degli stessi» - spiega Nardone.

Continua a leggere su datamanager.it