

CASO STUDIO



È una multinazionale olandese che si occupa di ingegneria, di progettazione e di consulenza ambientale.

Offre soluzioni su misura fondate sulla sostenibilità, la salute e la sicurezza del territorio e della comunità.



CENNI STORICI

Arcadis è stata fondata nel 1888 in Olanda.

Nel 1959 comincia ad esportare servizi idrici e infrastrutturali verso le economie emergenti.

Nel 1960 si diversifica e comincia ad offrire anche soluzioni per lo sviluppo urbano.

Nel 1990 comincia la sua strategia di espansione globale e nel 2008 Arcadis entra nel mercato italiano.

ARCADIS

Fondazione: 1888

Fatturato: € 3,3 miliardi (2023)

Sede (Hq): Amsterdam, Paesi Bassi

Presenza nel mondo: 70 paesi

Numero dipendenti: 27.875 (2023)

ARCADIS Italia

Apertura in Italia: 2008

Fatturato: € 30.4 milioni (2023)

Sede: Milano

Filiali italiane: Settimo Milanese e Roma

Numero dipendenti: 170 (2023)

MILANO



Transformation Map

DA DOVE NASCE L'ESIGENZA

Migliorare il livello di analisi e di condivisione dei principali «intenti» strategici da conseguire al fine di perseguire la visione aziendale.

T MAP

T Map è una rappresentazione condivisa, visiva, dinamica ed intuitiva delle principali azioni strategiche da compiere al fine di perseguire gli obiettivi aziendali.

Nel corso degli incontri per la costruzione della T Map, il Management Team giunge ad una condivisione su quali devono essere le azioni strategiche da attuarsi, le priorità ed il tempo di conseguimento.

La T Map è composta da un solo foglio, di facile lettura, che riporta quattro elementi essenziali: visione aziendale, aree su cui lavorare, azioni da compiere e tempi di conseguimento.

La T Map è diventata uno strumento essenziali di riflessione e di pianificazione strategica all'interno del Management Team di Arcadis.

Employee Net Promoter Score

DA DOVE NASCE L'ESIGENZA

Monitorare il livello di soddisfazione e impegno dei collaboratori sul lavoro.

ENPS

L'ENPS si ispira al NPS (Net Promoter Score), metodo utilizzato nel marketing per misurare il livello di soddisfazione dei propri clienti che misura il «tasso di passaparola». Si calcola ponendo ai clienti la domanda: «Raccomanderesti questo prodotto ad un amico?».

Il metodo in questo caso, viene applicato alla relazione collaboratore-azienda, chiedendo ai dipendenti: «Quanto è probabile che tu raccomandi Arcadis a dei colleghi/amici?». Il metodo originale, proposto da Reichheld (2003), prevede una scala da 1-10, dove un valore di 9-10 corrisponde ai promoter, l'intervallo 1-6 ai detrattori mentre l'intervallo 7-8 ai neutrali. Il Net Promoter Score (NPS) si calcola sottraendo la percentuale dei clienti detrattori dalla percentuale dei clienti promotori. Ciò che viene generato è un punteggio tra -100 e 100 chiamato Net Promoter Score. Da un lato dello spettro, se tutti i clienti intervistati danno un punteggio inferiore o uguale a 6 si avrà un NPS di -100 punti. All'altro estremo dello spettro, se tutti i clienti rispondono con punteggi da 9 a 10 il Net Promoter Score sarà di 100 punti. Attraverso l'ENPS Arcadis misura, ogni 2 mesi, il livello di soddisfazione dei dipendenti basandosi su 11 aree: coinvolgimento, ambiente, apprezzamento, autonomia, carico di lavoro, crescita, individuazione degli obiettivi, lavoro significativo, libertà di opinione, rapporti con i colleghi e premi/ricompense. L'ENPS è un strumento semplice ed efficace per misurare e monitorare costantemente il grado di «soddisfazione/engagement» del collaboratore e, di conseguenza, lo stato di salute di Arcadis.