



PHD porta la Gamification nel suo modo di lavorare

29 novembre 2012 - PHD, agenzia del gruppo Omnicom Media Group, lancia un nuovo sistema operativo globale che renderà più divertente l'approccio strategico alla strategia media incoraggiando la partecipazione e la collaborazione all'interno del network.

Il sistema operativo, chiamato Source, è stato realizzato con meccaniche di gioco - con l'obiettivo di favorire alti livelli di collaborazione. Il sistema funziona come un framework strategico e, allo stesso tempo, mette in campo una collaborazione live che permette a tutti in PHD di lavorare insieme in tempo reale, e funziona come se fosse un gioco MMO (Massively Multiplayer Online). Le migliaia di persone all'interno di PHD saranno quindi in grado di vedere in tempo reale quali sono le loro performance su una leader-board globale.

"Source è più di un sistema di communication planning: è un passaggio culturale dal vecchio al nuovo modo di fare comunicazione. Ed è al servizio di tutto il network PHD", afferma Marco Girelli, CEO di Phd per l'Italia.

Vittorio Bucci, Managing Director di Phd, aggiunge: "Source è il nostro nuovo motore globale. Un sistema operativo che semplifica i processi decisionali e la definizione della strategia di comunicazione attraverso un meccanismo di produzione di idee che trae forza dall'intelligenza collettiva".

Il sistema è stato costruito sulla base di tre aree chiave che riguardano le più aggiornate teorie di marketing:

1. Le ultime teorie che sono emerse dalle scienze sociali - in particolare i recenti studi sull'economia comportamentale e, con questo, Choice Architecture.
2. Le teorie più commercialmente applicabili che sono emerse dalle neuroscienze cognitive - in particolare gli studi sul Neuromarketing e le teorie derivanti dalle ricerche fMRI di PHD
3. Ciò che è stato recentemente appreso in campo di meta-analisi del marketing, che ha portato ad un cambiamento di paradigma - in particolare le intuizioni scoperte da The Ehrenberg Bass Institute.

"Questa attività di intelligence - sostiene Holden - ha permesso a PHD di creare una strategia e un sistema di generazione di idee che promuove un pensiero incredibilmente potente".

#phdsource



PHD

Nata a Londra nel 1990 come la prima agenzia media specializzata nella funzione di planning nella sua accezione più ampia, PHD rappresenta oggi una realtà innovativa nel planning e buying di mezzi classici, digitali ed emergenti.

PHD è un network globale con più di 2.500 dipendenti in più di 60 paesi ed è basata sulla cultura del pensiero strategico, della creatività e dell'innovazione.

Nel 2010, PHD ha vinto nove riconoscimenti 'Media Agency of the Year' a seguito dell'acquisizione di molti importanti new business in diversi paesi. Continua a fornire servizi seguendo la filosofia di "Trovare un modo migliore" per i propri clienti.

Omnicom Media Group è la divisione media di Omnicom Group Inc. Le sue attività comprendono i principali servizi media attraverso le Agenzie OMD Worldwide e PHD Network.

Omnicom Group Inc. (quotata al New York Stock Exchange: OMC) (www.omnicomgroup.com) è una società leader a livello mondiale nella comunicazione marketing ed istituzionale. Il network della galassia Omnicom, che comprende numerose realtà specializzate nei vari aspetti della comunicazione, realizza campagne pubblicitarie, pianificazioni media, direct marketing e promozioni, relazioni pubbliche ed altri tipi di comunicazione specialistica, per più di 5.000 clienti in oltre 100 nazioni nel mondo.