# RESEARCH REPORT

[RESEARCH REPORT 1](#_Toc175652326)

[RISULTATI RIUNIONE CON RISORSE UMANE 2](#_Toc175652327)

[PRINCIPALI ELEMENTI DI DEBOLEZZA 2](#_Toc175652328)

[ALTRI COMMENTI 2](#_Toc175652329)

[RICHIESTE EMERSE 2](#_Toc175652330)

[ANALISI DEI COMPETITOR 3](#_Toc175652331)

[LATTICE 3](#_Toc175652332)

[WORKLEAP 3](#_Toc175652333)

[SONDAGGIO 4](#_Toc175652334)

[SCELTA DELLE DOMANDE 4](#_Toc175652335)

[ANALISI DEI RISULTATI 5](#_Toc175652336)

Inizialmente è stata effettuata una riunione con le risorse umane per comprendere al meglio quale fosse lo scopo di Happy@Work, era necessario riuscire a capire l’importanza del tool e quali fossero le problematiche dal loro lato.

Successivamente è stata fatta una ricerca online su competitor disponibili, in modo da poter analizzare i loro punti di forza e ottenere alcune idee.

Si è poi passati alla somministrazione di un sondaggio ai dipendenti, in modo da comprendere le loro opinioni riguardanti la versione attuale di Happy@Work, i problemi esistenti e ottenere consigli, proposte e idee per lo sviluppo del nuovo tool.

## RISULTATI RIUNIONE CON RISORSE UMANE

### PRINCIPALI ELEMENTI DI DEBOLEZZA

I principali elementi di debolezza che sono stati evidenziati durante la riunione sono stati:

* Soggettività e non chiarezza delle metriche
* Posizione del tool nella sezione di scarico ore
* Mancanza di feedback
* Mancata visibilità delle frasi motivazionali, che suggerisce un bug

Le metriche nella versione attuale di Happy@Work non sono oggettive e non è chiaro ciò che vogliono analizzare, non è esplicitato infatti se ciò che i dipendenti andranno a votare è la loro soddisfazione lavorativa o il loro umore personale; la posizione del tool poi suggerisce erroneamente un collegamento al tool di scarico ore, facendo sorgere dubbi su come verranno utilizzati i dati e creando un senso di controllo legato alle performance.

### ALTRI COMMENTI

Il tool è generalmente utilizzato da molti utenti, in particolare dall’assistenza, ma si riscontra una carenza di utilizzo da parte del reparto produzione, dovuta principalmente al fatto che questi ultimi dicono di utilizzare le retrospettive per comunicare eventuali disagi.

### RICHIESTE EMERSE

* Utilizzare metriche più chiare e separare la sezione da quella di scarico ore
* Separare il sentiment lavorativo dall'umore personale
* Restituire un feedback dopo l'invio del sentiment
* Somministrare sondaggi periodici, in aggiunta al log del sentiment giornaliero
* Inserire dei reminder per ricordare agli utenti di loggare il proprio sentiment

## ANALISI DEI COMPETITOR

### [LATTICE](https://lattice.com/)

Punti di forza riscontrati dopo l’analisi:

* Utilizzo d ell'eNPS (employee net promoter score) per misurare il coinvolgimento dei dipendenti
* Sondaggi di inserimento e di uscita per valutare l'esperienza dei dipendenti
* Aggiornamenti settimanali inviati ai team HR e ai manager
* Utilizzo di analisi del team per valutare le prestazioni complessive
* Comunicazioni regolari con i team HR e i manager per condividere aggiornamenti
* Notifiche per ricordare ai dipendenti di compilare i sondaggi

### [WORKLEAP](https://workleap.com/)

Punti di forza riscontrati dopo l’analisi:

* Implementazione del "Good Vibes feature" per raccogliere feedback positivi dai colleghi
* Utilizzo di immagini divertenti nei sondaggi per rendere il feedback più coinvolgente
* Possibilità per i dipendenti di fornire feedback in modo anonimo
* Utilizzo dell'eNPS (employee net promoter score) per valutare il coinvolgimento dei dipendenti
* Monitoraggio delle key metrics e visualizzazione dei voti migliori e peggiori
* Key metrics:
  + personal growth
  + alignment
  + relationship with manager
  + recognition
  + happiness
  + ambassadorship
  + feedback
  + wellness
  + relationship with peers
  + satisfaction

## SONDAGGIO

Il [sondaggio](https://forms.office.com/Pages/DesignPageV2.aspx?subpage=design&token=33b647fedd95451ca412e214a5e5a545&id=Tl-wUmHKB06GDGrSZc8lFFWt9kJguOtMtkFvKu-rvIxUMzRHSFpLTzdFRUM3RjZXV0JEVUNLTEVJTS4u&topview=Preview) è stato somministrato ai dipendenti di Oceano, di cui fa parte anche il settore produzione, in modo da ricevere i feedback dei dipendenti che meno utilizzavano il software. Dei 198 utenti cui è stata invita la mail, 94 hanno risposto e 53 hanno dato la disponibilità di partecipare al successivo user test. Tenendo conto del fatto che il sondaggio è stato effettuato a inizio agosto, un periodo in cui perciò molti dipendenti erano in ferie, possiamo ritenerci molto soddisfatti del quantitativo di risposte ottenute, soprattutto per quanto riguarda l'impegno nel compilare e rispondere a tutte le domande. Si può notare che la maggior parte delle risposte è arrivata da dipendenti della software factory, utenti il cui feedback ci interessava principalmente.

La scelta delle domande è stata effettuata principalmente in risposta alle richieste e debolezze emerse dall'incontro con le risorse umane, oltre che dall’analisi dei punti di forza dei competitor, in modo da riuscire ad ottenere un’idea abbastanza chiara di come si sarebbe potuta sviluppare l’applicazione già in seguito a questo primo sondaggio.

### SCELTA DELLE DOMANDE

**Domande 2-3:** scelta per analizzare il sentiment sulla versione attuale del tool e permettere, a chi ne avesse voglia, di spiegare al meglio la loro valutazione.

**Domanda 4:** scopo di capire se fosse necessario cambiare la frequenza con cui viene richiesto il sentiment.

**Domande 5-6:** volte a capire se la presenza o meno di sentiment negativi è dovuta al fatto che i dipendenti hanno timore a esprimerli o no e permettere, a chi ne avesse voglia, di spiegare al meglio la loro valutazione.

**Domande 7-8:** analisi dell’influenza che alcune key metrics trovate in un altro competitor, Workleap, hanno nel benessere lavorativo dei dipendenti con possibilità di inserire ulteriori key metrics. Domanda scelta per valutare l’idea di introdurre nella nuova applicazione queste metriche, in modo da non richiedere una valutazione generica sul sentiment ma specifica riguardante determinati parametri fissati in precedenza.

**Domanda 9:** domanda volta ad analizzare quanto i dipendenti fossero disponibili a condividere la loro vita privata con i colleghi. In particolare, il primo punto era volto ad analizzare la possibilità o meno di aggiungere una feature in cui i colleghi possono inviare bigliettini di gratitudine agli altri.

**Domanda 10:** inserita con lo scopo di comprendere come viene votata una giornata normale, se con la faccina verde (sono al top!) o con quella gialla (sono ok).

**Domanda 11:** spazio per dare la possibilità ai dipendenti di consigliare feature che reputano importanti e che vorrebbero trovare nella nuova versione del tool.

### ANALISI DEI RISULTATI

#### PUNTI DI FORZA E DEBOLEZZE DELLA VERSIONE ATTUALE

|  |  |
| --- | --- |
| Punti di forza 😊 | Debolezze ☹ |
| * La compilazione risulta veloce * Per alcuni 3 faccine risultano sufficienti | * Difficoltà nella scelta del sentiment perché   + 3 emoticon non sono sufficienti per esprimere come ci si sente   + l'umore è variabile   + l'umore è soggettivo e influenzato dalla stanchezza e all'ultimo task svolto   + nel caso di persone che cambiano spesso team con cui lavorano, non è possibile esprimere una valutazione su un team specifico * Risulta difficile ricordarsi di aggiungere il sentiment * Non c'è abbastanza chiarezza su chi veda i dati e che utilizzo ne faccia, rendendo il software, a parere di molti, inutile * Risulta ridondante per molti utenti (in particolare dipendenti di RDV e marketing) in quanto devono effettuare operazioni simili in altri software, come Azure * Difficoltà nell'esprimere sentimenti negativi   + per timore di offendere i colleghi   + per paura di "sembrare demotivato"   + non sempre le opinioni negative vengono accettate   + lo scontento è stato ignorato |

#### PROPOSTE

Elenco e analisi delle proposte fatte dai dipendenti:

* Aumentare le key metrics, aggiungendo:
  + la soddisfazione per il lavoro svolto
  + il livello di motivazione
  + riconoscimento economico
  + rapporto con i team esterni
  + appagamento
  + allineamento con i valori dell'azienda
  + qualità dell'ambiente di lavoro
* Modificare il sentiment
  + aumentando le scelte
  + permettendo di aggiungere una motivazione o tramite una risposta aperta o attraverso una scelta multipla
  + separando il sentiment lavorativo dall'umore personale
* Modificare le modalità di votazione
  + inserendo dei reminder per ricordare di loggare il sentiment
  + aggiungendo un sondaggio mensile più approfondito in aggiunta al sondaggio giornaliero
  + permettendo di compilare anche le giornate precedenti e modificare il sentiment aggiunto
* Migliorare l'interfaccia grafica
  + rendendo l'app più accattivante
  + risolvendo il bug riguardante le frasi motivazionali
  + aggiungendo report per monitorare il sentiment inserito e osservare l'eventuale presenza di trend
* Rendere più chiaro l'obiettivo, spiegando chi utilizzerà i dati e con che scopo, rendendo meno soggettiva la valutazione

#### DOMANDE A SCELTA MULTIPLA

Analisi delle risposte alle domande a scelta multipla

EFICACIA DEL TOOL HAPPY@WORK ALLO STATO ATTUALE:

Immagine che contiene testo, schermata, diagramma, Carattere

Descrizione generata automaticamente

La maggioranza dei dipendenti è insoddisfatta del tool Happy@Work allo stato attuale, è quindi chiara la necessità di rivisitare completamente la nuova applicazione e di non trasferire semplicemente il tool da web app ad applicazione per mobile.

Immagine che contiene testo, schermata, diagramma, Carattere

Descrizione generata automaticamenteFREQUENZA CON CUI INSERIRE IL PROPRIO STATO D’ANIMO IN RELAZIONE AL LAVORO:

Una parte importante dei dipendenti preferirebbe inserire il proprio sentiment più di rado e non giornalmente come avviene nel sistema attuale, ma comunque la quantità di persone che vorrebbero inserirlo ogni giorno non è trascurabile.

TIMORE O MENO DI ESPRIMERE UN SENTIMENT NEGATIVO:

Immagine che contiene testo, schermata, Carattere, diagramma

Descrizione generata automaticamente

Solamente ¼ dei dipendenti si mostra intimorito ad esprimere un sentiment negativo, questo ci fa capire che per molti non c’è timore nell’esprimere cosa si pensa o come si sta e che quindi l’espressione del sentiment risulterà probabilmente molto veritiera.

IMPORTANZA DI ALCUNE KEY METRICS (prese da Workleap):Immagine che contiene testo, schermata, design

Descrizione generata automaticamente

Le key metrics che influenzano di più il benessere lavorativo dei dipendenti sono il rapporto con i colleghi, il bilanciamento lavoro/vita privata, il riconoscimento lavorativo, l'efficienza degli strumenti e l'opportunità di crescita, mentre quelle reputate meno importanti sono il rapporto tra le ore di lavoro e quelle di meeting e la varietà delle task assegnate. Si può quindi osservare che le metriche reputate più importanti non ambiti strettamente lavorativi, ma si riferiscono all’ambito personale e relazionale.

Immagine che contiene testo, design, schermata

Descrizione generata automaticamentePREDISPOSIZIONE A:

I dipendenti risultano molto predisposti a esprimere gratitudine verso un collega, predisposizione che diminuisce nel caso di condividere un lieto evento extralavorativo e che è bassissima nel caso di condividere un problema extra-lavorativo. Risultati che rendono sempre più plausibile l’introduzione nell’applicazione di una feature che permette di inviare messaggi di gratitudine ai colleghi.

Immagine che contiene testo, schermata, Carattere, diagramma

Descrizione generata automaticamenteCOME VIENE VALUTATA UNA GIORNATA NORMALE:

Solamente poco più della maggioranza dei dipendenti vota una giornata normale come "sono ok", affermazione che probabilmente si sarebbe trasformata nell’inserimento di una faccina gialla nella web app Happy@Work allo stato attuale, mentre il resto delle persone vota una giornata normale come "sono al top", portando quindi a una probabile scelta di faccina verde. Si comprende quindi facilmente come i risultati ottenuto con il modello attuale non siano affidabili, in quanto la percezione di "giornata normale" è completamente diversa per diversi dipendenti.