

# **GRUPPO G&G**

## **I VIAGGI DI INCENTIVAZIONE: MOTIVAZIONE E PRODUTTIVITÀ ALL'INTERNO DELLE AZIENDE**



*Dr. Gianni Usai Presidente del Gruppo G&G*

Ogni realtà aziendale, al giorno d'oggi, riconosce il contributo che un viaggio di incentivazione, più noto come "incentive", fornisce in termini di maggior profitto.

Nati come semplice momento di aggregazione e, forse, anche di evasione dalla routine quotidiana, i viaggi di incentivazione rappresentano, oggi, uno strumento largamente utilizzato dalla direzione aziendale per fornire la giusta motivazione al personale.

L'approccio di counseling, sempre più largamente utilizzato dalla classe dirigenziale, suggerisce, infatti, di creare uno stretto legame con i propri collaboratori, di interagire efficacemente con loro per migliorare performance lavorative e produttività.

Proprio per questi motivi è importante che l'organizzazione dell'incentive non venga affidata ad un operatore qualsiasi.

Spesso l'organizzazione di incentive da parte di molte aziende viene affidata a strutture non qualificate e, talvolta, anche improvvisate.

Il Gruppo G&G è una solida realtà aziendale che da oltre 20 anni si occupa della progettazione ed organizzazione di congressi e viaggi di incentivazione.

"Per una buona riuscita del viaggio di incentivazione" spiega Gianni Usai presidente del Gruppo G&G "non è sufficiente l'aver ricercato e prenotato una buona struttura alberghiera. L'incentive, infatti, non può essere paragonato ad un semplice viaggio turistico, ma deve essere una operazione condotta in sinergia tra gli operatori specializzati in questa materia e la direzione dell'azienda che prende in esame le proprie risorse umane studiando la migliore opportunità per raggiungere gli obiettivi prefissati".

Come dire, è certamente di rilevante importanza la struttura alberghiera o la località prescelta ma assolutamente indispensabile è l'attento studio di come finalizzare il tempo a disposizione sia da un punto di vista di mera comunicazione aziendale che, in particolare, di scelta delle attività di team building, attività, cioè, ricreative e di competizione

che coinvolgono e amalgamano l'intero gruppo dei partecipanti.

"L'esperienza del nostro Gruppo" ribadisce Gianni Usai "ha rilevato che una diretta interazione tra tutti i partecipanti crea sistematicamente una omogeneità, condivisione di rapporti e obiettivi ma anche l'occasione per approfondire e, in taluni casi, addirittura instaurare una conoscenza migliorando così il coinvolgimento del personale facilitandone con efficacia il raggiungimento dei prefissati obiettivi aziendali."

In due parole, maggior motivazione e maggiori profitti.

"Le attività di team building" aggiunge Gianni Usai "vengono progettate aprioristicamente e con scrupolosa attenzione sulla base delle specifiche esigenze del cliente: giochi quali caccia al tesoro, rally cultural fotografico, regata, giochi senza frontiere, caccia al puzzle, stimolano fortemente il senso di aggregazione, giusta competitività ed appartenenza alla propria realtà aziendale; altri quali ad esempio attività di hatha yoga e training autogeno, privilegiano il momento introspettivo e di riflessione.

"Le attività di team building" continua il Presidente "sono state sperimentate per la prima volta nel 1941 dal pedagogo Kurt Hahn si sono diffuse nel nostro paese solo agli inizi degli anni '90.

I risultati delle analisi effettuate sulle dinamiche dei gruppi hanno evidenziato come le attività di team building riescano ad essere un momento cardine e catalizzante di fondamentale importanza sia per la costituzione che per la formazione di un gruppo."

In pratica, incentive e team building sono utili sia nel caso di creazione di nuovi gruppi sia in caso di sviluppo e miglioramento di team già costituiti.

Particolare beneficio se ne trae durante le fasi di acquisizione, fusione, ma anche nel corso di cambiamenti organizzativi per osservare e perfezionare competenze efficaci nelle dinamiche interne al gruppo quali, ad esempio, leadership, ruoli, gestione conflitto





Dr. Gianni Usai  
Presidente del Gruppo G&G

e capacità relazionali, per fidelizzare clienti o reti vendita esterne o plurimandatari, per motivare ed incentivare, per potenziare i risultati di team sportivi.

Il personale interno del Gruppo G&G, altamente qualificato e dedicato alla preparazione dell'incentive, frequenta periodicamente corsi di formazione in comunicazione e marketing per offrire al cliente servizi e prodotti di qualità all'insegna della creatività e competenza.

Insomma, per il Gruppo G&G, ogni evento è una realtà unica; ogni cliente ha esigenze particolari ed ogni occasione possiede caratteristiche specifiche. Ed è proprio la cura del cliente la carta vincente che distingue il Gruppo G&G e lo rende davvero unico nel suo genere.

I viaggi sono curati direttamente dall'agenzia viaggi Force One Top Travel di cui il Gruppo G&G ne ha la proprietà e quindi il controllo, mentre i servizi sia per l'Italia che per l'estero vengono strutturati e forniti dalla G&G Congressi.

Anche la scelta di eventuali gadget da consegnare preferibilmente alla chiusura dell'evento sono motivo di cura ed attenzione da parte degli organizzatori ed a tal proposito il Gruppo vanta una divisione dedicata alla ricerca dei più innovativi e recenti prodotti in corso sul mercato.

Il Gruppo G&G, certificato UNI EN ISO 9001:2000 esercita la propria attività lavorativa secondo i dettami della qualità ed uno specifico



supporto informatico di grande aiuto per lo staff di congress manager, che rappresentano la garanzia di controllo e di buona riuscita di ogni tipo di evento.

"La qualità" riferisce infine il Presidente Gianni Usai "è un obiettivo misurabile, uno sforzo continuo volto al costante miglioramento dei processi lavorativi fino a raggiungere le migliori performance.

In poche parole è uno di quei sacrifici che vale la pena affrontare perché ripaga in accrescimento professionale conferendo all'azienda un notevole plus in termini di miglior organizzazione interna, migliore qualità del lavoro e, di conseguenza, raggiungimento della totale soddisfazione del cliente."

