Giebnia, 17 października 2017 r.

**PoloCup, czyli grywalizacja w POLOmarkecie**

**Sieć polskich supermarketów POLOmarket zaprosiła swoich pracowników do udziału w wyprawie PoloCup – innowacyjnym projekcie opartym na grywalizacji. Jego celem jest połączenie celów biznesowych z zabawą.**

*„Wrzesień 2017 roku. Słońce przejęło kontrolę nad burzowym niebem, wieje delikatny wiatr, aż chce się podejmować nowe wyzwania. Taka pogoda to najlepszy impuls, żeby działać na pełnych obrotach. Liczne statki wyruszyły do dalekiej Krainy Giebni i Kłobucka, zamorskiego Centrum Logistycznego POLOmarketu, aby zaopatrzyć się w produkty niezbędne do funkcjonowania każdego sklepu. Los fregat leży w Waszych rękach! Postarajcie się, żeby wszystkie załogi bezpiecznie dotarły do celu podróży. Łapcie wiatr w żagle i z powodzeniem realizujcie grywalizacyjne założenia. Ahoj!”*

Tymi słowami rozpoczęła się wyprawa PoloCup, kreatywny projekt Employer Branding, włączający elementy grywalizacji. Trwać ona będzie 26 tygodni. W tym czasie członkowie załóg, czyli pracownicy sklepów, realizując poszczególne zadania, zdobywać będą dukaty, które umożliwią uzyskanie awansu w grze oraz otrzymanie nagrody lub indywidualnego przywileju. Warto się starać! Bo dzięki zdobytym przywilejom codzienna praca może okazać się łatwiejsza i przyjemniejsza. Na zdobycie kolejnych portów pozwoli przede wszystkim praca zespołowa.

- *PoloCup to jeden z elementów naszej strategii Employer Branding. Poprzez grywalizację włączamy w proces zarządzania i motywowania pracowników mechanizmy znane z gier. Dzięki temu nasze codzienne obowiązki, które z biegiem czasu mogą wydawać się dla nas monotonne, zyskują ponownie na znaczeniu i sprawiają nam przyjemność -* mówi Natalia Rapczyńska, kierownik działu rekrutacji i Employer Brandingu w POLOmarkecie.

Polska sieć supermarketów POLOmarket, wychodząc naprzeciw oczekiwaniom pracowników, nieustannie rozwija pakiet świadczeń pracowniczych. Projekt grywalizacji jest, po kartach pracownika, opiece medycznej i ubezpieczeniu na dobrych warunkach, kolejnym elementem pozapłacowej polityki wspierania pracowników.

*- Dzięki grywalizacji angażujemy pracowników, zwłaszcza tych najmłodszych - z pokolenia Y i Z, którzy na co dzień żyją w świecie technologii, a dobra atmosfera motywuje ich do pracy*. *Biorąc udział w zabawie, możemy również wspólnie świętować 20 lat naszej firmy -* dodaje Krzysztof Szultka, dyrektor marketingu w POLOmarkecie, odpowiedzialny z zespołem za kreację i komunikację projektu.

*- Projekt PoloCup jest autorskim pomysłem naszej firmy i efektem pracy działów analiz i controllingu, HR, marketingu oraz IT. Kluczem do powodzenia projektu było, poza odpowiednią fabułą, analityczne zaprojektowanie zasad zabawy oraz bieżące raportowanie jej wyników* - komentuje Robert Mrowiński, dyrektor działu controllingu w POLOmarkecie, koordynator całości projektu od strony operacyjnej.

Do współpracy przy projekcie został zaproszony także Paweł Tkaczyk - ekspert w dziedzinie marketingu, budowania marki i grywalizacji oraz autor bestsellerowych książek „Zakamarki marki” i „Grywalizacja”.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

POLOmarket to jedna z największych polskich sieci supermarketów, zbudowana od podstaw z zaangażowaniem wyłącznie polskiego kapitału. Zaczynaliśmy w 1997 roku od 27 sklepów. Dziś POLOmarket to ponad 280 nowoczesnych placówek na terenie całej Polski. Jesteśmy ulubionym miejscem zakupów milionów Polaków. Miesięcznie odwiedza nas prawie 9 mln klientów w całym kraju. Podstawą sukcesów naszej firmy są pracownicy. Umiejętności każdego z nich, połączone z duchem pracy zespołowej, motywacją i poczuciem odpowiedzialności decydują o rozwoju przedsiębiorstwa. Obecnie jesteśmy pracodawcą dającym zatrudnienie ponad 6.500 osobom.

**Kontakt dla mediów:**

Izabela Trojanowska

Biuro prasowe POLOmarketu

Futurama communication intelligence

ul. Rozbrat 44a
00-419 Warszawa
+48 691 295 262

izabela.trojanowska@futurama.ci