

The ROlyalty Program marca a entrada do ROI UP Group no universo dos NFT

[Multimedia](#)

Esta ideia surgiu pelas mãos dos departamentos de Social Media, PR e Criatividade da agência de MarTech em colaboração com a equipa de Recursos Humanos e tem como objetivo fidelizar os seus colaboradores através de uma estratégia inovadora e de proximidade. Graças ao The ROlyalty Program, cada novo membro da equipa receberá o seu próprio Non-Fungible Token com informação exclusiva de forma gratuita e personalizada. Já os membros mais veteranos da empresa, receberão também o seu, mas numa versão premium

O [ROI UP Group](#), agência digital independente e de referência na área Martech, estreia-se no universo dos Non-Fungible Token com a criação e lançamento dos seus primeiros NFTs, que serão disponibilizados aos seus colaboradores de forma totalmente gratuita.

Conscientes das constantes mudanças e inovações que marcam o ecossistema digital, o grupo quis que fosse o seu departamento de Recursos Humanos, uma área transversal e em permanente contacto com os colaboradores, a dar início a uma nova estratégia de atração e retenção de talento inspirada na tokenização. Com esta iniciativa, a empresa tentará também sensibilizar para a forma como os NFTs passarão a estar imersos no tecido empresarial e social a curto prazo.

The ROlyalty Program: fidelizar humanizando

O The ROlyalty Program é o novo programa de fidelização de talento do ROI UP Group e será lançado hoje, dia 27 de abril, com o mote “ROI UP TEAM: UNIQUE AS AN NFT”. A partir desta data, qualquer novo membro do grupo será recebido na equipa com o seu próprio NFT personalizado e gratuito.

Através deste sistema inovador, o ativo digital indicará que funções a pessoa irá desempenhar dentro da agência, em que área ou departamento e convidará também o novo membro a descobrir, de forma interativa, alguns dos principais marcos da empresa.

Como a formação também é um dos pilares do grupo, estando muito presente naquele que é o seu ADN, estes NFTs permitirão ainda que os novos colaboradores possam aceder a programas didáticos interativos, estudos de mercado, casos de sucesso e outras ferramentas e aplicações de grande utilidade na sua nova carreira profissional.

E, uma vez que o ecossistema NFT requer algum contexto e conhecimento

prévio, o ROI UP Group colocará também à disposição dos seus colaboradores a orientação de um “tutor virtual” para os ajudar a iniciar esta experiência imersiva.

Premiar a antiguidade e celebrar os novos talentos

O The ROlyalty Program visa reconhecer os veteranos da empresa com uma distinção muito especial: um Non-Fungible Token premium inspirado na sua própria imagem.

Com esta iniciativa, a empresa (com presença em Lisboa, Madrid, Barcelona, Alicante, Valência, Corunha, México e Colômbia) espera que cada membro da ROI UP “se sinta como um verdadeiro NFT: único, insubstituível e com a possibilidade de demonstrar a sua singularidade”. Não foi por acaso que decidiu apostar na criação de um NFT especial para os membros mais antigos da equipa. “Ainda que o mundo das agências seja particularmente volátil, o ROI UP Group tem conseguido, ao longo dos anos, uma alta taxa de retenção de talento. É por isso que a empresa continuará a procurar novos talentos entre os nativos digitais pondo em prática fórmulas inovadoras, mas sem esquecer as pessoas que estão há mais tempo na agência”, explica Carmen López, Head de Recursos Humanos do grupo. Nos próximos meses, o ROI UP Group prevê que cada membro da sua equipa, independentemente dos anos de trabalho na empresa, conte com o seu próprio NFT.

Esta iniciativa surge num momento muito especial para a agência marcado pelo regresso ao trabalho presencial, através de um sistema híbrido (presencial/teletrabalho) que procura facilitar a conciliação entre o trabalho e a vida pessoal e familiar dos seus colaboradores. Neste sentido, o fundador e CEO do grupo, Diego Jiménez, explica que “depois de uma etapa muito dura devido à COVID-19, quisemos dar início a toda esta nova normalidade premiando e recompensando o esforço e o apoio de toda a equipa. A entrada da ROI UP nos NFTs é uma lufada de ar fresco que já todos merecíamos.”

O primeiro passo de uma longa caminhada

Esta iniciativa ainda agora foi lançada, mas o departamento de Social Media do grupo, que é gerido por Vicente Sánchez, já idealiza aquela que será a segunda fase do The ROlyalty Program: a sua implementação como um serviço da agência para os setores B2B e B2C. “Queremos explorar tudo aquilo que os NFTs têm para nos oferecer e que vai muito além da conceção mais comum que se costuma ter deles (associada exclusivamente ao contexto artístico). Por isso, queremos motivar o seu uso responsável para, a curto prazo, poder implementá-los em estratégias adaptadas aos nossos clientes.”

Num ecossistema que gerou mais de 12.000 milhões de euros em vendas só em 2021, segundo o NonFungible.com, cada NFT é selado por um Smart Contract ou contrato inteligente, uma das principais particularidades da tecnologia Blockchain (imutável e descentralizada). Por esta razão, a sua monetização promete ser uma das grandes linhas estratégicas e de negócio a curto prazo.
