A fine giugno un gruppo di giovani studenti del Master in Digital Marketing di Talent Garden Innovation School si sono recati nella filiale italiana di Bridgestone per presentare quattro progetti innovativi per il mondo dei pneumatici.

"Talent Garden è un luogo pensato per far crescere e connettere i talenti nel digitale e nella tecnologia, in modo da consentire alle aziende di fare innovazione e creare interessanti contaminazioni", dice **Elena Mugione**, brand&trade marketing manager di Bridgestone South Region. *"Noi siamo partner di Talent Garden Innovation School, che organizza programmi di formazione e workshop per acquisire le competenze più richieste dal mercato nel mondo del digitale, e abbiamo deciso di partecipare a quelle che chiamano 'connected experience', ossia attività di networking per promuovere l'innovazione, conoscere i nuovi trend della tecnologia, incontrare potenziali partner e migliorare il business e le idee."*

Bridgestone ha affidato ai partecipanti del Master un *business case*, dando loro sei settimane di tempo per elaborare delle soluzioni originali. *"La tesi che abbiamo chiesto ai ragazzi di sviluppare consiste in una strategia CRM nel settore industriale dei pneumatici"*, spiega Mugione. *"Tenendo conto di come il consumatore e le sue abitudini stanno cambiando e di come le nuove tecnologie impattano sulla relazione con il cliente, i corsisti hanno elaborato delle idee e degli spunti interessanti. A prescindere dalla soluzione tecnica che già utilizziamo, i ragazzi ci hanno presentato la settimana scorsa delle strategie innovative per attivare un contatto continuativo con il cliente, sia in termini di creazione di nuovi potenziali clienti, che di conversione all'acquisto, facendo leva su quelli che sono gli asset principali del nostro brand, a partire dalla partnership olimpica e dai numerosi eventi ad essa legati"*.

I corsisti, tutti tra i 20 e i 30 anni, suddivisi in quattro gruppi hanno avuto l'opportunità di visitare la modernissima filiale di Bridgestone a Vimercate e di presentare al management team le loro quattro proposte innovative. Alcuni, per realizzare l'elaborato, hanno valutato il settore dal punto di vista della concorrenza, altri invece hanno visitato dei punti vendita.

"Questo è solo il primo tassello di una collaborazione più ampia che intendiamo sviluppare con Talent Garden, con l'obiettivo di fare un po' di contaminazione con altre aziende che non sono del business, in modo da confrontarci e sviluppare nuove idee e stimoli", conclude Mugione. *"All'interno dell'azienda abbiamo creato un vero e proprio progetto e gruppo di lavoro, che abbiamo chiamato Innovation Journey".*

Oltre ai progetti, potrebbero naturalmente nascere anche opportunità di stage o collaborazioni per i giovani talenti dell'incubatore d'innovazione milanese, visto anche il coinvolgimento in prima persona dell'HR manager di Bridgestone nel progetto.

"I nostri studenti, che saranno gli utilizzatori dei servizi di Bridgestone del futuro, hanno presentato all'azienda delle nuove soluzioni da applicare al business dei pneumatici,

fornendo spunti diversi e avvicinando un fantastico brand pineo di storia, che passa dalla Formula Uno alle Olimpiadi", ha commentato **Marco di Pilla**, business innovation partner di Talent Garden. *"Ho percepito un'enorme energia e voglia di far crescere tutte le persone del gruppo, valorizzarle e soprattutto essere leader in un mondo ormai sempre più digital."*

Lorenzo Piccinotti, Marketing e Network Operations Manager di Bridgestone EMEA South Region, ha affermato: *"Bridgestone guarda con attenzione ai cambiamenti e alle nuove tendenze dell'automotive e il modo in cui i consumatori percepiscono e si rapportano con i pneumatici. Per questo, già in fase di design, abbiamo introdotto il concetto di co-creazione coinvolgendo i nostri potenziali utenti direttamente nel processo di sviluppo. Abbiamo inoltre ampliato la nostra offerta, orientandoci sempre di più verso soluzioni di mobilità intelligente. La collaborazione con gli studenti di Talent Garden rappresenta per Bridgestone un'opportunità di confronto con le nuove generazioni, per comprenderne le esigenze e anticipare potenziali trend. Allo stesso tempo, i ragazzi di Talent Garden hanno l'opportunità di confrontarsi con un leader di settore e mettere alla prova le loro idee all'interno di un contesto aziendale reale.*

"In azienda – ha aggiunto **Luana Felisatti**, HR Business Partner di Bridgestone EMEA South Region – *stiamo affrontando un percorso di profondo rinnovamento, alla scoperta delle nuove opportunità offerte da una società sempre più connessa e digitale. A questo scopo, il confronto con le nuove generazioni e in particolare con i nativi digitali e i Millennials rappresenta un momento di conoscenza davvero inestimabile. La nostra collaborazione con la Innovation School di Talent Garden si inserisce all'interno di questo percorso, coerente con la nostra visione che trasformerà Bridgestone in leader nelle soluzioni di mobilità".*

BRIDGESTONE