

A woman with short brown hair is wearing a VR headset and holding a VR controller. She is looking down at the controller with a focused expression. The background is dark with some abstract purple and blue shapes.

Case Study

LABORPLAY

Work is a serious game

Profilo del progetto

Laborplay nasce a luglio del 2015 come start up innovativa e a ottobre dello stesso anno è diventata uno spin-off dell'Università degli studi di Firenze.

Laborplay si occupa di affiancare aziende nei processi HR di selezione, formazione, benessere del personale ed employer branding attraverso un approccio basato sulla gamification.

▼ CONTESTO

In quanto azienda innovativa, cavalca i trend di comunicazione, ricercando soluzioni ingaggianti e innovative che gli permettano di essere a fianco di numero aziende. Nell'ambito della comunicazione digitale, **queste soluzioni si traducono in una strategia digital e una brand strategy orientate alle conversion**, capaci di raccogliere lead e creare partnership durature.

ANNO STRATEGIA

2022 Content creation

2023 Social media management

Interactive video



LA SFIDA

Comunicare il modello PLAY



Per raggiungere l'obiettivo di raccolta di lead qualificati, abbiamo strutturato una brand strategy che esplorasse il concetto di gamification, visto come opportunità per risolvere problemi tradizionali.

1 Gamification

Utilizzare metodi innovativi e coinvolgenti che possano risolvere problemi tradizionali e comuni ad aziende e a lavoratori.

2 Storydoing

La strategia V Media è stata di costruire una campagna che passasse dal tradizionale storytelling al più coinvolgente e quindi **efficace storydoing** per lasciare il potere della scoperta in mano all'utente.

CONCEPT

The interactive Game

*Aumenta del 50% la produttività e il benessere del tuo personale aziendale con il metodo **PLAY**.*

È questo il concept che ha dato vita a tutta la **brand strategy**, che **mira a raccontare quanto sia importante interagire con il proprio personale e avere un metodo che rispetti il rapporto lavoro-tempo libero.**

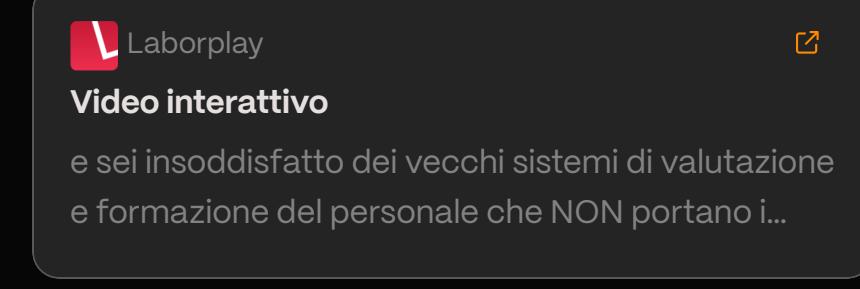
La curiosità su come integrare i più innovativi concetti di gamification per aumentare la produttività e la soddisfazione dei propri dipendenti, sono alla base di tutta la campagna alla quale hanno lavorato a stretto contatto il team content con il team social.



SOLUZIONE

Interactive Video

▼ The interactive Game

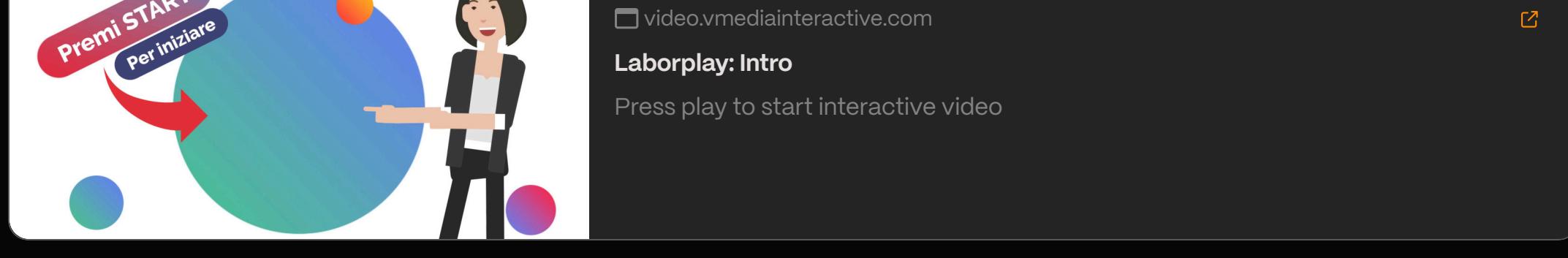


Il video traduce in immagini i servizi che Laborplay offre e tutte quelle soluzioni che ognuno di noi può mettere in pratica.

È un video motion graphic, che ha come protagonista l'avatar animato di Elena, managing partner di Laborplay e uno dei principali volti dell'azienda.

▼ Ci siamo occupati di

- Creare i concept e gli script
- Produrre e editare le animazioni del video interattivo
- Elaborare le animazioni grafiche
- Selezionare e scegliere la speaker del voice over
- Creare la landing page di atterraggio
- Sviluppare la campagna ADV alla base del video



SOLUZIONE // 2° STEP

▼ Social media

@laborplay

[Laborplay](#) [Linkedin]

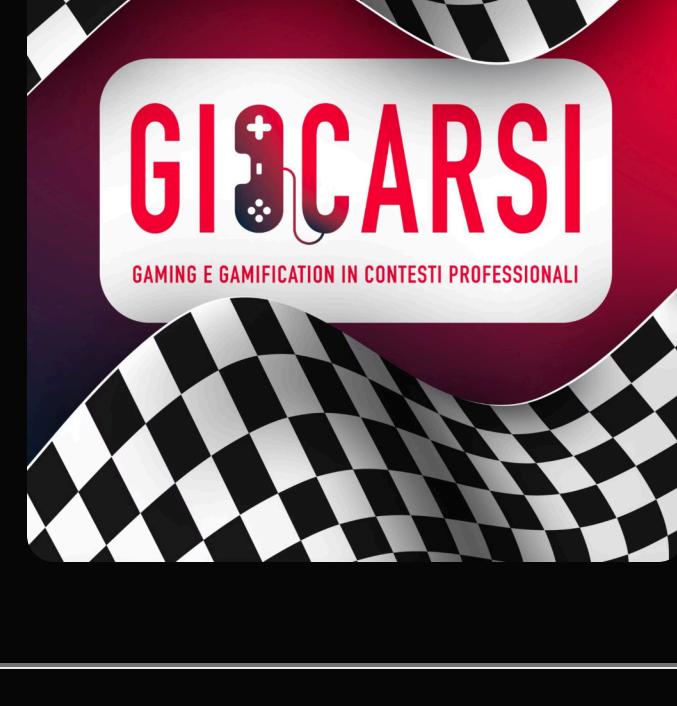
Per la comunicazione social il main focus è stato incentrato attorno alla **gamification** applicata ai processi HR.

L'obiettivo principale è stato quello di **creare consapevolezza** in merito a questa pratica e dare informazioni in merito ai suoi vantaggi.

Abbiamo scelto di dare un **taglio informativo** al canale, per istruire gli utenti, portare dati a sostegno delle tematiche trattate, ma soprattutto incuriosire. Accanto a questi post abbiamo poi declinato ricorrenze ed eventi cercando di legarli al contesto lavorativo, al benessere aziendale, alla formazione e selezione.

Non sono mancati poi gli appuntamenti ricorrenti legati alle pubblicazioni di articoli blog e al lancio del Master Giocarsi.

L'obiettivo dei nostri canali social era quello di andare a colpire il target con una comunicazione volta a incuriosirli, a entrare in contatto con Laborplay per ampliare le proprie conoscenze e richiedere una consulenza.



SOLUZIONE // 3° STEP

Blog e Sito Web

Per quanto riguarda la gestione del **blog** ci siamo occupati della revisione degli articoli scritti dai collaboratori Laborplay e adeguandoli a un livello SEO base.

Abbiamo poi scritto alcuni articoli per la rubrica Psicoludologia, di carattere più informativo con l'obiettivo di migliorare il posizionamento rispetto ai main focus dell'azienda.



Master Giocarsi

Tra il 2023 e il 2024 abbiamo realizzato le 5 edizioni del **Master Giocarsi** di Laborplay.

Il team di V Digital si è occupato della strategia di lancio e della realizzazione di tutti gli asset necessari per la messa online (Landing Page, Comunicazione social, Adv...)



Sicurezza psicologica e innovazione

Nel 2024 il team V Media è stato nuovamente coinvolto da Laboplay per la produzione di nuovi contenuti in grado di raccontare innovazione e sicurezza psicologica.

Abbiamo realizzato un **microlearning** gratuito in grado di toccare tutti i temi centrali dell'argomento.

Il team di V Studio si è occupato dell'organizzazione e della produzione dello shooting fino alla post produzione dei contenuti.

Google Docs
Youtube V5.mp4

Google Docs
ADV 2.mov

Game Based Assessment

Abbiamo anche realizzato creatività, case study, articoli blog e contenuti per i social.

Nel 2025 il team V Media è stato nuovamente coinvolto da Laboplay per la produzione di nuovi contenuti in grado di raccontare i servizi legati al Game Based Assessment

Abbiamo realizzato un **Webinar interattivo** **microlearning** gratuito in grado di toccare tutti i temi centrali dell'argomento.

Il team di V Studio si è occupato dell'organizzazione e della produzione dello shooting fino alla post produzione dei contenuti.



YouTube
LABORCASE - Una giornata di as...
Può il gioco diventare uno strumento di sviluppo del potenziale i...
02:38



www.laborplay.com
Loading...

RISULTATI

La voce dei dati

In 4 anni abbiamo trasformato radicalmente il posizionamento digitale e comunicativo di Laborplay.

Abbiamo curato la realizzazione del nuovo sito web, creato le case study, articoli di blog, gestito i canali social e le campagne pubblicitarie.

Il risultato? Un miglioramento concreto delle performance commerciali, con una crescita significativa anche della visibilità organica.

Pagina LinkedIn:

- engagement aumentato del 200%
- siamo passati da 5.000 a 7.800 followers
- da 37 secondi di permanenza a 1.30 di media

Sito Web:

- creata struttura SEO avanzata, migliorando il posizionamento e indicizzando il sito su oltre 50 pagine
- sviluppati più di 5 touchpoint di conversione e oltre 3 funnel per la lead generation
- integrato un'altra linea di business: Formazione [Academy]

Dati relativi alla lead generation:

Anno 2k23

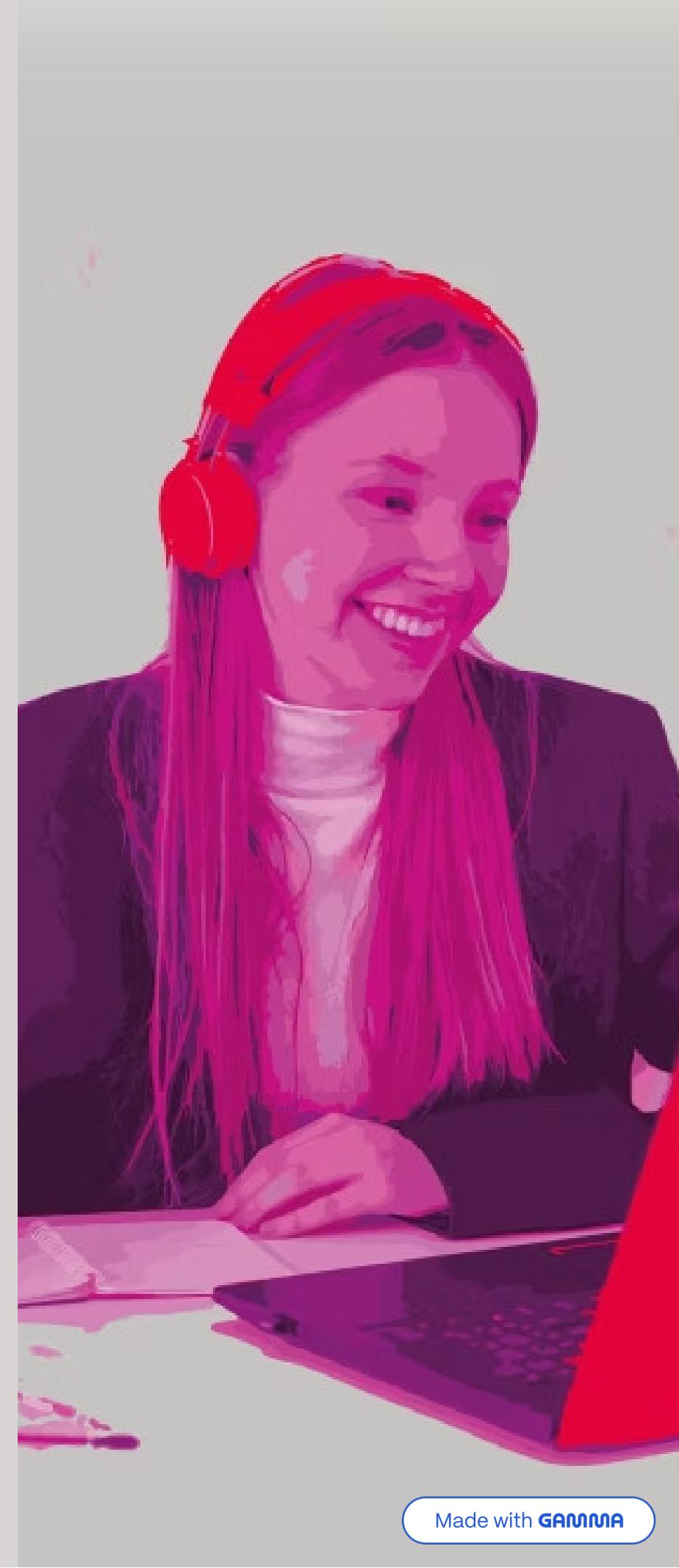
- Lead totali: 228
- Spesa Adv: 15k

Anno 2k24

- Lead totali: 350
- Spesa adv: 15k

Anno 2k25

- Lead totali: 530
- Spesa adv: 16k



A black and white photograph of a man sitting at a desk, looking down at a laptop screen. On the screen, the words "COMPETE ENTOURNE" are displayed in large, bold, red letters. To the right of the man, another person's arm and shoulder are visible, wearing a patterned shirt.

Diventa il prossimo caso studio.

Conosciamoci



WE ENGAGE, YOU GROW

Agenzia di marketing e comunicazione specializzata in coinvolgimento digitale.

Grazie per il tuo tempo!

Contatti:

-  info@v-media.it
-  www.v-media.it
-  [+39 351 631 7267](tel:+393516317267)

V Media Srl

P.iva : 11595790962

 **Sede operativa:**

Via Coni Zugna 7, Velasca (MB)

Dai un occhio ai nostri lavori