Dimension Data impulsa una implicación a nivel interno sin precedentes con un concurso de programación sobre el Tour de Francia

30.000 empleados han tenido la oportunidad de mostrar sus dotes como desarrolladores gracias a un concurso de programación inspirado en el Tour de Francia Dimension Data ha dado a conocer al ganador de su concurso de programación sin precedentes inspirado en el Tour de Francia «Le Code to France», una nueva iniciativa que buscaba atraer a sus 30.000 empleados de todo el mundo e impulsar ideas innovadoras que pudieran ponerse en práctica en futuros Tours.

«Le Code to France», que ha batido todos los récords de campañas internas en menos de un mes, combina dos de los programas tecnológicos de Dimension Data: su iniciativa «Learn to Code», un programa de desarrollo interno destinado a potenciar las habilidades de programación de los empleados, y su papel como socio tecnológico oficial de Amaury Sport Organization (A.S.O.), la empresa organizadora del Tour de Francia.

El equipo ganador, denominado Mark Codendish en honor al ilustre velocista del equipo Dimension Data, estaba formado por cuatro posgraduados que se unieron a la empresa a principios de 2018 como parte del programa para graduados «Accelerate» de Dimension Data.

Los ganadores crearon un juego de ciclismo ficticio para retar al predictor basado en el aprendizaje automático de Dimension Data que actualmente se muestra en el Centro de la Experiencia del Cliente (CEC) de Dimension Data en el Tour de Francia. Como parte del premio, los ganadores del concurso también estarán presentes en la etapa final de la carrera.

El concurso atrae a participantes de todas las partes del mundo. Aunque el concurso estaba dirigido en un primer momento a los ingenieros y desarrolladores de Dimension Data, entre los 120 empleados participantes, también se incluía un equipo de una única persona en Taiwán y grupos de marketing, ventas y finanzas procedentes de Australia, Sudáfrica, el Reino Unido y otros países.

Entre las participaciones más destacadas, se incluyen una virtualización de realidad aumentada de cada etapa de la carrera y un bot conversacional que podía responder a preguntas en tiempo real sobre lo que estaba ocurriendo durante una carrera ciclista.

Peter Gray, director sénior de Práctica Deportiva y Tecnología en Dimension Data, afirma que "«Le Code to France» es una fantástica iniciativa que nos permite aportar una nueva perspectiva a nuestros esfuerzos para lograr la implicación de los empleados en el Tour de Francia".

"Esta iniciativa ha animado a los trabajadores a reunirse y compartir ideas de diferentes unidades de negocio de un gran número de regiones, y ha constituido una gran forma de poner de manifiesto la innovación presente en Dimension Data".

El miembro del concepto ganador Mark Codendish Douglas Waddilove, junto con sus compañeros de equipo Alexander Pienaar, Trevan Lott y Nihal Somers, explica la inspiración que subyace al concepto ganador de su equipo: "Vimos la oportunidad de mejorar la experiencia del cliente en el Tour de Francia a través de la ludificación y se nos ocurrió una idea que incluía el aprendizaje automático".

"'Le Code to France' ofrece a los empleados la oportunidad de canalizar su energía hacia la innovación para encontrar una solución que pueda marcar la diferencia y ser reconocida. Aunque nuestro equipo no era experto en el aspecto técnico, 'Le Code to France' ha despertado el interés por la tecnología en cada uno de nosotros".

https://www.dimensiondata.com/en/tourdefrance?utm_source=Referral&utm_medium=PressRelease&utm_campaign=TDF2018&utm_content=TDF2018_Microsite

Datos de contacto:

Dimension Data

Tel: +34 91 330 93 2

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Programación](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Software](#) [Ciclismo](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>