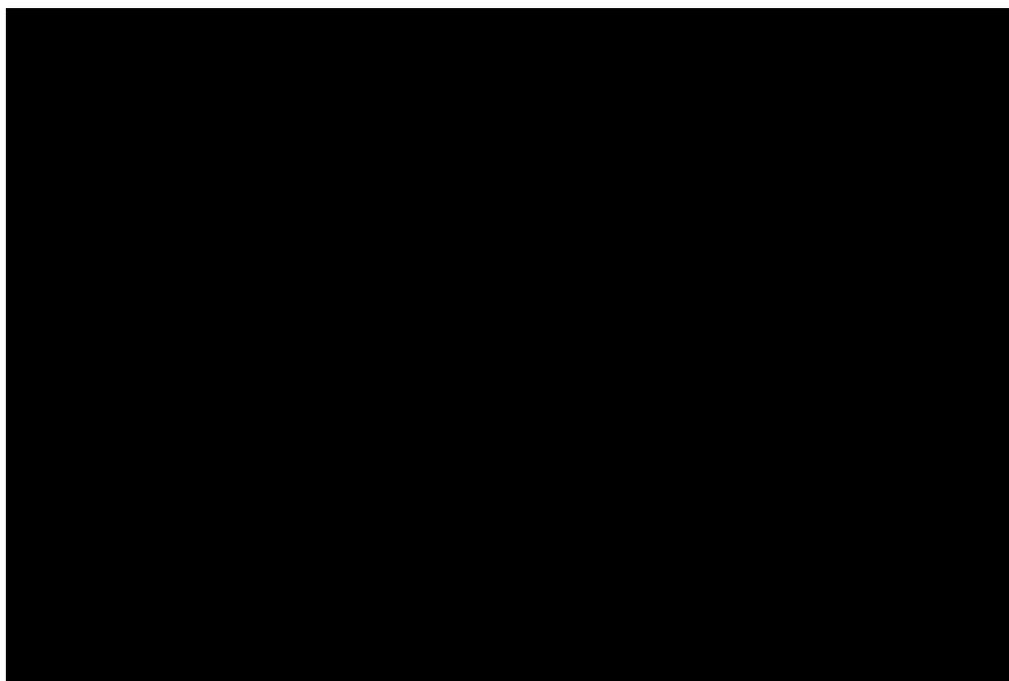


News - 27/05/2020

Il Gruppo Roncaglia lancia una campagna di comunicazione per presentare il nuovo marchio e il nuovo pay off

Unindustria celebra il traguardo della sua azienda associata all'interno della rubrica 'Enterprise's celebration day'

Da domenica 24 maggio su sky tg 24 lo spot che racconta la costante capacità del Gruppo di interpretare il presente e immaginare il futuro delle aziende attraverso soluzioni innovative di marketing e di comunicazione. Un'attitudine che il gruppo detiene da più di quarant'anni ed esplicitata dal pay off *Engage the future* che accompagna il nuovo logo che firma lo spot.



Ma non è il cambio del marchio l'unica novità.

Le competenze e le professionalità presenti all'interno del gruppo da oggi lavoreranno in maniera trasversale per rispondere alle esigenze del mercato che diventano ogni giorno più complesse e interconnesse e che necessitano di soluzioni semplici e chiare.

Giulia Roncaglia, General Manager del Gruppo Roncaglia afferma: *"8 mesi di attenta analisi e questo lockdown ci hanno insegnato quanto i consumatori finali si siano evoluti in questi anni sia nel loro journey sia nel loro approccio alla comunicazione. Noi, forti di una storia da quindici anni focalizzata su dati, creatività e innovazione abbiamo deciso quindi di fare un passo avanti e accelerare la convergenza di questi per offrire servizi sempre più completi e profilati sul consumatore finale."*

Alla base di questa nuova metodologia di lavoro, il *creative relationship marketing*, un processo in 5 fasi che ha come obiettivo quello di generare esperienze rilevanti per ingaggiare più velocemente e più precisamente le community. Essenziali in questo percorso metodologico il supporto delle nuove tecnologia e dell'analisi dei dati che diventeranno sempre più rilevanti per gli investimenti del Gruppo Roncaglia.





In ordine da sinistra a destra:

Paolo Roncaglia, Camilla Roncaglia e Giulia Roncaglia

Sito di provenienza: UNINDUSTRIA - <https://www.un-industria.it>