

Blockchain & Coupon Marketing: il Gruppo Roncaglia lancia RCS – Roncaglia Chain System

31 maggio
2019

ATTUALITÀ



Il Gruppo Roncaglia lancia RCS – Roncaglia Chain System, sistema che si avvale della **blockchain** per garantire **sicurezza e trasparenza** nello specifico ambito del **couponing**. L'utilizzo di questa tecnologia rappresenta un punto di svolta nel **rapporto con il consumatore** e soprattutto nel bilanciamento tra **efficienza e sicurezza** dei servizi offerti ai clienti, nell'importanza

di una gestione dei sistemi informatici conforme ai principi dell'**information security** e della **cybersecurity**, nella protezione delle informazioni e del know-how aziendale.

La blockchain è infatti un **registro pubblico digitale**, dove le informazioni vengono inserite nel singolo blocco, validate dagli utenti e rese immutabili dalla **struttura "a catena"**: la chiave crittografica che le sigilla è contenuta nel blocco successivo e la potenza necessaria per operare alterazioni è talmente elevata da impedire ogni modifica.

In questa direzione si muove la RCS – Roncaglia Chain System, soluzione che offre una specifica attenzione alle **implicazioni tecniche e giuridiche** implementata dal team specializzato in **rewarding e loyalty**, in cui il Gruppo è attivo con la sua società **Roncaglia Relationship Marketing**.

Il **mercato dei coupon** presenta oggi una struttura particolarmente complessa, che vede la partecipazione di una serie di aziende, piattaforme e software per l'allocazione del codice sconto al cliente finale. Al tempo stesso, questo mercato è particolarmente **duttile all'innovazione** tecnologica, dato che i buoni sconto/coupon sono asset "tokenizzabili", ossia marchiabili.

La gestione del couponing può dunque beneficiare dei **molti vantaggi** offerti dalla RCS, che rende pienamente **chiara, affidabile e sicura** l'attività svolta dall'intermediario. La tenuta di un "libro mastro" pubblico fa infatti divenire del tutto trasparente l'emissione dei coupon/buoni sconto e/o la registrazione dei relativi codici sul sistema, l'avvenuto trasferimento degli stessi all'impresa cliente, l'eventuale resa/ritrasferimento dei buoni al termine della promozione.

"Da sempre il nostro Gruppo ha un focus specifico sui temi dell'innovazione, abbinata al marketing e alla comunicazione ed ai vantaggi della digitalizzazione per i processi delle aziende", spiega Paolo Roncaglia, presidente del Gruppo. "Per questo siamo stati in grado di realizzare grazie a competenze interne un sistema evoluto per la gestione delle dinamiche commerciali, che salvaguarda qualità e semplicità e che rappresenta una soluzione estremamente competitiva in un mercato in cui il push, sia fisico che digitale, è ormai prassi consolidata".

"Il couponing è solo il punto di partenza per ulteriori sviluppi nel mondo della fidelizzazione e della loyalty", aggiunge Giuseppe Maria Ardizzone, strategic planner della Roncaglia Relationship Marketing. "Già guardiamo avanti alle possibili applicazioni alla cumulazione di punti dei programmi fedeltà, in una ottica di interscambio tra programmi. Sostanzialmente una nuova forma di monetizzazione attraverso la blockchain, che grazie ai nostri acquisti ci permetterà di ottenere un ideale portafoglio con il quale potenzialmente spendere ovunque".