



**Gare**

## Il Gruppo Roncaglia si aggiudica, dopo gara, la gestione del programma loyalty PlayStation Plus Rewards

Prosegue la collaborazione tra l'agenzia e Sony Interactive Entertainment Italia: dal 15 aprile è online il programma totalmente rinnovato con l'introduzione di contest e di meccaniche di engagement e gamification mirate a creare una relazione dinamica e continuativa con gli abbonati. In concomitanza con l'on-line della piattaforma, è possibile vincere un viaggio per due persone a Madrid e due biglietti per assistere alla finale di UEFA Champions League, che si terrà il 1 giugno 2019 all'Estadio Metropolitano.

Il **Gruppo Roncaglia** si aggiudica la gara per la gestione **del programma loyalty di PlayStation**, dedicato agli abbonati Plus dal 1 aprile 2019 al 31 marzo 2020. Prosegue così una duratura collaborazione, avviata tra l'agenzia e **Sony Interactive Entertainment Italia** da oltre quattro anni.

**PlayStation Plus Rewards**, on line dal 15 aprile, è totalmente rinnovato sia nella meccanica che nelle modalità di premiazione degli utenti e si arricchisce di tante attività, con l'introduzione di contest e di meccaniche di engagement e gamification mirate a creare una relazione dinamica e continuativa con gli abbonati.

L'edizione 2019 offre agli utenti vantaggi e sconti esclusivi grazie a nuovi partner, selezionati dal Gruppo Roncaglia sulla base di un'accurata analisi del target e delle sue abitudini di acquisto.

PlayStation Plus Rewards, che utilizza una piattaforma ideata e sviluppata dal Gruppo Roncaglia, coinvolge gli abbonati in tutte le attività e li chiama ad esprimere la propria opinione anche nel processo di selezione dei partner.

Di forte attrattiva **il premio del concorso di lancio**: dal 15 aprile, in concomitanza con l'on-line della piattaforma rinnovata, è possibile vincere un viaggio per due persone a Madrid e due biglietti per assistere alla finale di **UEFA Champions League**, che si terrà il 1 giugno 2019 all'Estadio Metropolitano.

E le novità non finiscono qui. Sono molte le proposte che premiano **la partecipazione degli utenti**: più torneranno in piattaforma, più coupon scaricheranno, più parteciperanno a concorsi e votazioni e più saliranno di Status, ottenendo una maggiore durata delle offerte e possibilità fino a 10 volte maggiori di essere estratti nei concorsi.

“La riconferma da parte di Sony Interactive Entertainment Italia ci dà il segno di un lavoro svolto nella direzione giusta, creando **valore attorno al cliente** e gratificando gli abbonati con vantaggi significativi”, osserva **Camilla Roncaglia**, (in foto), direttore marketing del Gruppo. “Con il nuovo PlayStation Plus Rewards ci siamo dati obiettivi ancora più performanti, che puntano ad una partecipazione sempre più attiva degli utenti, stimolati al ritorno in piattaforma attraverso **attività di forte appeal**, sia sotto il profilo del divertimento sia di premi mirati ed appaganti”.