

21 novembre 2018

Il digital storytelling dell'EACA al Gruppo Roncaglia

Categoria: Premi, Riconoscimenti



Prosegue la partnership per le attività di formazione fra Gruppo Roncaglia ed EACA Academy, il centro formativo della European Association of Communications Agencies che rappresenta le associazioni di categoria delle agenzie di comunicazione di 30 paesi europei.

Lo scorso ottobre, nella sede romana dell'agenzia, i creativi e gli account del Gruppo hanno partecipato a "Storytelling by Digital Brands", workshop condotto da Peter Rudge, managing director della società di produzione e formazione cinematografica Duckrabbit. Rudge ha affrontato il tema dello storytelling attraverso l'analisi di case history e lo sviluppo di esercitazioni, mirate a costruire in modo incisivo ed autentico il racconto del brand in un contesto dominato dai social media. Un approfondimento specifico è stato dedicato alla creazione della viralità già a partire dalla stessa elaborazione di una

storia.

"La brand experience non si esaurisce più al momento dell'acquisto di un prodotto o di un servizio - afferma Paolo Roncaglia, presidente del Gruppo - oggi è fondamentale stabilire un dialogo costante con i consumatori, in cui il brand deve riuscire a narrare se stesso ed i propri valori in modo sempre più empatico e coinvolgente".

"Crediamo sia fondamentale affinare continuamente le nostre competenze, nello storytelling e in tutte le expertise che ci appartengono. Per questo ci dotiamo di nuovi strumenti e di nuove ispirazioni - evidenzia Roncaglia - utilizzando appieno anche le possibilità offerte dalle nuove tecnologie e dai media digitali. Per questo le nostre risorse umane sono impegnate in un training costante e basato su standard internazionali: vogliamo essere sempre in grado di continuare ad offrire le migliori soluzioni ai nostri clienti".

Il nuovo appuntamento di formazione del Gruppo Roncaglia si terrà nel mese di gennaio 2019.