

Il digital storytelling dell'EACA al Gruppo Roncaglia

22
novembre
2018

ATTUALITÀ



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 Duckrabbitt.

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.