



**Mercato**

## Jaguar Land Rover conferma il Gruppo Roncaglia per le ricerche sulla prospect experience negli showroom

Il progetto sviluppato dal Gruppo (nella foto Camilla Roncaglia, amministratore unico della Roncaglia Consumer Intelligence), che coinvolge la rete vendita su tutto il territorio nazionale, è volto a fornire un quadro esaustivo del livello di gradimento e soddisfazione dell'esperienza vissuta dai potenziali acquirenti all'interno delle concessionarie. L'esperienza viene monitorata 'a caldo' e i dati vengono rilasciati al management in tempo reale tramite una dashboard interattiva, interrogabile in autonomia su cluster specifici e con più livelli di utenza.

Prosegue la collaborazione del **Gruppo Roncaglia** con **Jaguar Land Rover Italia**, che rinnova per il settimo anno consecutivo l'incarico per le **ricerche sulla prospect experience negli showroom dei due marchi**.

Il progetto, che coinvolge la rete vendita su tutto il territorio nazionale, è volto a **fornire un quadro esaustivo del livello di gradimento e soddisfazione dell'esperienza vissuta dai potenziali acquirenti all'interno delle concessionarie**. L'esperienza viene monitorata "a caldo" e i dati vengono rilasciati al management in tempo reale tramite una **dashboard interattiva**, interrogabile in autonomia su cluster specifici e con più livelli di utenza. I risultati della rete vendita sono analizzati in dettaglio per brand, per dealer e per singolo venditore. Per l'anno in corso la dashboard si è ulteriormente ampliata, con l'introduzione di un'**area dedicata a supportare la rete vendita nella gestione delle documentazioni GDPR** inerenti il proprio personale.

L'attività prevede anche una **rilevazione finalizzata all'analisi delle motivazioni di mancato acquisto della vettura** per la quale è stato richiesto il preventivo.

La continuità della partnership fra l'agenzia e la casa automobilistica consente inoltre di **monitorare nel tempo l'andamento dei risultati**, fornendo insight importanti per agire sul customer behaviour e poter aumentare il conversion rate dei preventivi in contratti.

"L'ascolto dei prospect, attraverso un'approfondita valutazione della loro esperienza presso gli showroom, è per noi uno strumento di grande utilità che ci permette di incentivare la rete vendita a mantenere elevati i propri standard di performance", osserva **Simone Di Domenico Taranto**, Retail Marketing & Excellence Manager di Jaguar Land Rover Italia. "Infatti, nel corso degli anni, l'empowerment dei nostri dealer è cresciuto in maniera significativa, come testimoniato dai nostri stessi prospect. Inoltre l'indagine sulla comprensione delle motivazioni di mancato acquisto fornisce ai dealer elementi utili sui quali agire per portare a buon fine la trattativa".

"Questa rinnovata fiducia da parte di un player di rilievo come Jaguar Land Rover Italia ci gratifica e ci rafforza nel percorso avviato con la creazione della nostra **unit specializzata in Ricerche e Data Analysis**, oggi in grado di soddisfare le esigenze dei clienti attraverso un'ampia gamma di servizi qualificati", spiega **Camilla Roncaglia** (nella foto), amministratore unico della Roncaglia Consumer Intelligence, società del Gruppo specializzata nella lettura del mercato e nell'analisi degli andamenti in ottica predittiva.

"La competenza sui dati, sulla loro raccolta, organizzazione, interpretazione - aggiunge Camilla Roncaglia - oggi rappresenta una leva determinante per migliorare il customer journey lungo tutto il suo percorso ed elaborare le strategie più efficaci a incrementare le performance di vendita".