

Online la nuova 'Be Human', gamification del Gruppo Roncaglia per Unieuro Club

8 Aprile 2019



GIULIA RONCAGLIA, AMMINISTRATORE UNICO DELLA RONCAGLIA RELATIONSHIP MARKETING

Ei on line dal primo marzo scorso '**Be Human**', la **gamification** a supporto del **programma loyalty Unieuro Club** ideata e sviluppata dalla Roncaglia Relationship Marketing.

Unieuro, attivo nella distribuzione di elettronica di consumo ed elettrodomestici in Italia, conferma così, per il sesto anno consecutivo, la sua fiducia nei confronti del Gruppo Roncaglia, che per il 2019 supporterà con **comunicazione multicanale** anche il lancio e la diffusione del programma.

'Be Human' arricchisce il tradizionale programma di loyalty permettendo di accumulare punti non solo con gli acquisti ma anche con **attività on-line** finalizzate a promuovere un uso sano e consapevole delle tecnologie.

Negli anni il programma ha creato una **community attiva** di utenti, che tornano periodicamente sulla **piattaforma** accessibile da **unieuro.it** per scoprire i nuovi giochi e diventare protagonisti partecipando alle attività proposte.

Inoltre l'appuntamento fisso **CuoreDi**, online tutti i martedì e solo per 24 ore, permette agli utenti di arricchire la propria raccolta punti e al brand di stimolare un dialogo continuativo con i propri clienti.