

Retail Share: la nuova piattaforma del Gruppo Roncaglia per le esigenze delle reti vendita

Autore: G Broggi

h 13.02 - 01/04/2019

RETAIL SHARE

La piattaforma innovativa per la gestione dei Social.

Camilla Roncaglia: "Realizziamo un processo win-win per il brand e per i retailer e ottimizziamo gli investimenti con strategie integrate di comunicazione"

Il **Gruppo Roncaglia** ha sviluppato **Retail share**, la nuova piattaforma pensata per le esigenze delle aziende dotate di una rete vendita sul territorio e mirata a favore il rapporto fra i retailer e i loro potenziali clienti, rafforzando al contempo la Brand Reputation. Si tratta di uno strumento ricco di funzioni, che supporta lo sviluppo delle competenze social e digital dei singoli retailer, facilita la gestione dei canali di comunicazione, ottimizza i flussi e permette la diffusione di una brand image coordinata.

Il Gruppo Roncaglia mette a disposizione anche i suoi consulenti specializzati in Retail Marketing, che sono supportati da un team operativo con competenze Social, Creative e IT, per costruire strategie e attività di comunicazione integrate nazionale-locale, finalizzate ad aumentare la profittabilità dei punti vendita per un ottimale rapporto euro/mq.

La piattaforma Retail Share

La piattaforma è personalizzabile per **diversi settori merceologici** e consente di tenere aggiornata la rete vendita sia sulle novità del Brand che del mondo social. Con **Retail share**, il Brand può mettere a disposizione della rete retail i materiali approvati, che vengono facilmente condivisi sui canali social ufficiali. Attraverso un **piano editoriale dinamico**, il singolo retailer può calendarizzare i contenuti e caricare quelli realizzati in autonomia, così da avere una visione complessiva di tutte le pubblicazioni tramite un unico strumento. La piattaforma consente anche il **bulk scheduling**, ovvero la programmazione massiva di un singolo post su una grande quantità di pagine social. Retail share fornisce una **repository** di documenti **formativi e informativi**, per mantenere i retailer sempre aggiornati e per sfruttare al meglio tutte le potenzialità del web e dei social. La piattaforma consente inoltre di gestire in modo centralizzato **KPI e reporting**, ottenendo una visione dei risultati sia su singolo retailer sia in termini globali.

Un processo dinamico

"Oggi un canale social è un touch point importante quanto un punto vendita - osserva **Camilla Roncaglia**, client service director del Gruppo -. Con Retail Share abbiamo voluto implementare un processo win-win per il brand e per i retailer, che permette di ottimizzare gli investimenti evitando sovrapposizioni. Si tratta inoltre di un processo dinamico, dove la condivisione delle informazioni e l'ottimizzazione dei tempi diventano il punto focale dell'intera attività di marketing". "La nostra forza è quella di poter fornire servizi a 360 gradi - continua -. Oltre a strumenti innovativi come Retail share, le molte expertise presenti in agenzia, che lavorano in totale sinergia, ci permettono di costruire strategie integrate di comunicazione finalizzate ad aumentare i ritorni, in termini di vendite, degli investimenti in comunicazione".