

GRUPPO RONCAGLIA ANALIZZA LA PROSPECT EXPERIENCE DI VOLKSWAGEN VEICOLI COMMERCIALI

15 Gennaio 2018



DALL'AGENZIA

Volkswagen Veicoli Commerciali avvia con il **Gruppo Roncaglia** una collaborazione triennale per ricerche sulla *prospect experience*. Il progetto, realizzato dalla **Roncaglia Digital Marketing** coadiuvata dagli specialisti del **Gruppo** in ricerche di mercato, analizzerà l'esperienza vissuta dal potenziale cliente che ha richiesto un preventivo per un veicolo commerciale

Volkswagen, sia recandosi presso un dealer del brand o anche senza passare fisicamente alla concessionaria.

Verrà valutato il **grado di soddisfazione del prospect** a seguito dell'esperienza vissuta e sarà effettuata una successiva analisi per approfondire le motivazioni che hanno portato al non acquisto, o all'acquisto di un brand diverso, da parte di coloro che hanno richiesto un preventivo.

Il Gruppo Roncaglia produrrà inoltre in modo sistematico dei **report per il business**, fornendo analisi dettagliate, contenenti insights, trend e dati rilevanti per permettere al brand di definire azioni mirate per incrementare la conversione dei preventivi in contratti.

Il Gruppo Roncaglia ha messo a punto una **specificata metodologia di ricerca**, portata avanti negli anni con altri brand automotive e non. La durata del progetto per Volkswagen Veicoli Commerciali permetterà di monitorare su un triennio comportamenti e attitudini dei clienti.

“Siamo molto soddisfatti dell'ampliamento della nostra collaborazione con Volkswagen Veicoli Commerciali, per cui già svolgiamo attività CRM e social”, afferma **Camilla Roncaglia**, azionista del Gruppo. “Il nuovo incarico di monitoraggio prospect experience sottolinea ancora una volta l'importanza crescente che questa tipologia di ricerca sta assumendo nell'ambito delle strategie di comunicazione legate a risultati aziendali”.