

# On air lo spot del Gruppo Roncaglia per presentare nuovo logo e nuovo pay off

25/05/2020 | 11:06



PUBBLICITÀ



**Non aspettare. Agli incentivi ci pensa Nissan.**

[Scopri di Più](#)

Nissan - Sponsored

**Su QASHQAI puoi avere fino a € 7.450 di incentivo**

[Scopri](#)

Nissan - Sponsored

E' on air, a partire dal 24 maggio su Sky Tg 24, la nuova campagna di comunicazione del gruppo Roncaglia, ideata per raccontare l'impegno della società nel cercare soluzioni innovative di marketing e di comunicazione. Impegno spiegato attraverso il pay off 'Engage the future', che accompagna il nuovo logo a firma dello spot.

Come spiega un comunicato del gruppo, le competenze del gruppo lavoreranno in maniera trasversale per rispondere alle esigenze del mercato, che diventano ogni giorno più complesse e interconnesse e che necessitano di soluzioni semplici e chiare.



"8 mesi di attenta analisi e questo lockdown ci hanno insegnato quanto i consumatori finali si siano evoluti in questi anni, sia nel loro journey, sia nel loro approccio alla comunicazione – afferma Giulia Roncaglia, general manager del gruppo Roncaglia – Noi, forti di una storia da quindici anni focalizzata su dati, creatività e innovazione abbiamo deciso quindi di fare un passo avanti e accelerare la convergenza di questi per offrire servizi sempre più completi e profilati sul consumatore finale."

Annuncio chiuso da Google

Alla base di questa nuova metodologia di lavoro, riporta sempre una nota, c'è il creative relationship marketing, processo in 5 fasi che ha come obiettivo di generare esperienze per ingaggiare più velocemente e più precisamente le community. Essenziali in questo percorso metodologico il supporto delle nuove tecnologia e dell'analisi dei dati rilevanti per gli investimenti del gruppo.